

Richtlinie der Stadt Jever über die Annahme von Sponsoring

§ 1 Anwendungsbereich

Diese Richtlinie gilt für die Annahme von Sponsoring bei städtischen Veranstaltungen (§ 111 Abs. 7 NKomVG, § 26 KomHKVO). Die Richtlinie zur Korruptionsprävention in der Landesverwaltung (Antikorruptionsrichtlinie - Nds. MBl. 2014, Nr. 16, S. 330) wurde durch den Rat der Stadt Jever für anwendbar erklärt. Die in der Antikorruptionsrichtlinie getroffenen Regelungen zum Sponsoring werden durch diese Richtlinie konkretisiert.

§ 2 Begriffsbestimmungen

- (1) Unter Sponsoring ist die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung zur Erfüllung von städtischen Aufgaben durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen zu verstehen, die neben dem Motiv zur Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Der Sponsorin oder dem Sponsor kommt es auf ihre oder seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an (Imagegewinn, kommunikative Nutzung).
- (2) Zuwendungen von natürlichen oder juristischen Personen ohne Gegenleistung (insbesondere Spenden) werden von dieser Richtlinien nicht erfasst.

§ 3 Sponsoringbereiche

- (1) Sponsoring wird vorrangig durch Betriebe gewerblicher Art der Stadt Jever im Sinne des § 4 Körperschaftsgesetz zugelassen. Dies sind alle Einrichtungen von juristischen Personen des öffentlichen Rechts welche nachhaltig wirtschaftlichen Tätigkeiten zur Erzielung von Einnahmen, außerhalb der Land- und Forstwirtschaft, nachgehen und die sich innerhalb der Gesamtbetätigung der juristischen Person wirtschaftlich herausheben.

Derzeit hat die Stadt Jever folgende Betriebe gewerblicher Art:

- Freibad
 - Feste der Stadt (u.a. Altstadtfest, Brüllmarkt, Kiewittmarkt, Streetfood)
 - Tourismus
 - Wochenmarkt (25 %)
- (2) Sollten weitere Betriebe gewerblicher Art eingerichtet werden, gelten die Regelungen dieser Richtlinie entsprechend.
 - (3) Die Annahme von Sponsoring für städtische Veranstaltungen durch Betriebe nicht gewerblicher Art im Sinne des § 4 Körperschaftsteuergesetz, ist im Rahmen des unter § 4 Abs. 2 aufgeführten Konzepts im Einzelfall zu entscheiden.
 - (4) Ein Sponsoring in hoheitlichen Bereichen, in der Eingriffsverwaltung (Steuerverwaltung, ordnungsrechtliche Bereiche) sowie in den Bildungsbereichen wie Bücherei, Jugendzentrum, Ferienbetreuung ist ausgeschlossen.

- (5) Ein Sponsoring durch Parteien ist insgesamt ausgeschlossen.
- (6) Sponsoring durch Gruppen und Verbände, die von Bundes- oder Landesämtern für Verfassungsschutz als sicherheitsgefährdend oder extremistisch eingestuft werden, ist nicht zugelassen.

§ 4

Sponsoringkategorien und Sponsorenkonzept

- (1) Es wird in folgende Sponsoringkategorien unterschieden:
- Hauptsponsoren (I)
 - Hauptsponsoren (II)
 - Programmsponsoren
 - Allgemeine Sponsoren
 - Unterstützer der Veranstaltung
- (2) Von der Verwaltung wird jährlich ein Sponsorenkonzept erarbeitet und vorgestellt. Es umfasst den Umfang der Leistungen der Stadt Jever sowie den Mindestsponsorbetrag für die in § 4 Abs. 1 genannten Sponsoringkategorien. Das Sponsorenkonzept wird durch den Verwaltungsausschuss beschlossen.

§ 5

Zuständigkeit und Verfahren

- (1) Die Zuständigkeit über die Erstellung des Sponsorenkonzepts sowie die Koordination der Akquisen liegt bei der Fachabteilung Tourismus.
- (2) Sponsoringangebote, die nicht vom Sponsorenkonzept umfasst sind, werden dem Rat gesondert zur Entscheidung vorgelegt.

§ 6

Sonstiges

Das Schreiben des Bundesfinanzministeriums (BMF) vom 13.11.2012 über die Umsatzsteuerrechtliche Betrachtung beim Sponsoring ist als Anlage beigefügt und Teil dieser Richtlinie.

§ 7

Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt am Tage nach ihrer Verkündung in Kraft.

Jever, 4. Juli 2019

Jan Edo Albers
Bürgermeister