

2.10

SPONSORINGRICHTLINIE DER STADT KÖNIGSWINTER

STAND MAI 2018

ÄNDERUNGEN MAI 2018 (REDAKTIONELLE ANPASSUNG AUFGRUND ÄNDERUNG DER ORGANISATIONSSTRUKTUR)

Allgemeine Rahmenbedingungen für Sponsoringleistungen im Bereich der Stadtverwaltung Königswinter (Sponsoringrichtlinie)

Inhaltsübersicht:

Präambel

I. Begriff des Sponsorings

II. Leitlinien für die Entscheidung über den Abschluss eines Sponsoringvertrages

III. Abschluss eines Sponsoringvertrages

1. Rechtsnatur des Sponsoringvertrages

2. Vertragsgestaltung

IV. Zuständigkeit und Verfahren beim Abschluss eines Sponsoringvertrages

V. Haushaltmäßige Behandlung der Sponsoringleistung

VI. Inkrafttreten

Präambel

Das Sponsoring öffentlicher Aufgaben durch Unternehmen oder private Dritte gewinnt für die Stadt Königswinter zunehmend an Bedeutung. So kann Sponsoring zum Beispiel ein Finanzierungsinstrument sein, das der Erhaltung und Verbesserung von Qualität und Quantität kommunaler Verwaltungseinrichtungen und -leistungen dient. So wünschenswert sich Sponsoring für die Wahrnehmung kommunaler Aufgaben insbesondere in den Bereichen Schule, Sport, Kultur, Umwelt und Soziales insgesamt erweist, ist hierbei aus Gründen der Korruptionsprävention und -bekämpfung jedoch in jedem Fall sicherzustellen, dass ausreichende Neutralität gewahrt und eine vollständige Transparenz des Umfangs sowie der Art und Weise des Sponsorings gewährleistet wird. Keinesfalls darf der Eindruck entstehen, die Empfänger von Sponsorenleistungen (Sponsoringnehmer) ließen sich bei den Aufgaben oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge von den Interessen des Sponsors leiten. In Anknüpfung an § 6 der Dienstordnung der Stadt Königswinter sind deshalb stadtweite Rahmenbedingungen zu fixieren, die geeignet sind, jeglichen Anschein der Befangenheit bei den Beschäftigten zu verhindern, die gleichzeitig aber auch dazu dienen, das finanzielle Potential von Sponsorenleistungen für die Stadt Königswinter weitestgehend nutzbar zu machen.

Zur besseren Transparenz und Kontrolle der Sponsoringentscheidungen im Bereich der Stadtverwaltung Königswinter ist jede Vereinbarung über eine Sponsoringleistung in einem schriftlichen Vertrag festzuhalten, der insbesondere Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Sponsoringnehmers – also der Stadt Königswinter – regelt.

I. Begriff des Sponsorings

Orientiert an der Begriffsdefinition des Bundesministeriums der Finanzen im Sponsoringerlass vom 18. Februar 1998 (Schreiben betr. ertragsteuerliche Behandlung des Sponsorings)

vom 18. Februar 1998, Az.: BMF IV B 2 – S 2144 – 40/98, BStBl. I S.212) ist unter Sponsoring die **Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen** zu verstehen, **mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.** Wesensmerkmal des Sponsorings ist die zielbezogene Zusammenarbeit zwischen Sponsor und Sponsoringnehmer. Sponsoring basiert immer auf dem Prinzip von **Leistung und Gegenleistung**. Leistung und Gegenleistung sollen im Idealfall in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

Unter Sponsoring ist *somit* die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung durch eine juristische oder natürliche Person *an die Stadt Königswinter* zu verstehen, bei der der Sponsor neben dem Motiv zur Förderung der öffentlichen Einrichtungen auch eigene wirtschaftliche Interessen verfolgt. Dem Sponsor kommt es auf seine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt an.

Ziel des Sponsors ist letztlich *auch* die Erreichung eines wirtschaftlichen Vorteils, zum Beispiel durch Steigerung der Unternehmens- bzw. Markenbekanntheit oder Verbesserung des Unternehmensimages. Ziel *der Stadt Königswinter* ist es, das Sponsoring als zusätzliche Finanzierungsquelle nutzen zu können. Hierfür ist *sie* bereit, zugunsten des Sponsors Werbeverpflichtungen einzugehen.

Vorrangige Ziele der Grundsätze für Sponsoring in der öffentlichen Verwaltung sind

- die Wahrung der Integrität der öffentlichen Verwaltung
- die Vermeidung eines bösen Anscheins bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben
- die Sicherung des Budgetrechts der Parlamente und ggfs. der Vertretungen der Körperschaften des öffentlichen Rechts
- die vollständige Transparenz bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben
- die Vorbeugung gegen jede Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung und die Flankierung korruptionspräventiver Maßnahmen
- öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch öffentliche Mittel über den Haushaltsgesetzgeber zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ergänzend –unter den in *dieser Richtlinie* genannten Bedingungen– in Betracht.

Sponsoring ist abzugrenzen von:

Werbung

Unter Werbung sind Zuwendungen eines Unternehmens oder unternehmerisch orientierter Privatpersonen für die Verbreitung seiner oder ihrer Werbebotschaften durch die öffentliche Verwaltung zu verstehen, wenn es ausschließlich um die Erreichung eigener Kommunikationsziele –Imagegewinn, Verkaufsförderung, Produktinformation- des Unternehmens oder der Privatperson geht. Die Förderung der jeweiligen öffentlichen Einrichtung ist nur Mittel zum Zweck und liegt nicht im unmittelbaren Interesse des Zuwenders.

Spenden

Spenden sind Zuwendungen von z.B. Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung dominant ist. Der Spender erwartet außer einer steuerabzugsfähigen Spendenbescheinigung keine Gegenleistung.

Mäzenatentum

Mäzenatische Schenkungen sind Zuwendungen durch z.B. Privatpersonen oder Stiftungen, die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

Im Unterschied zum Spendenwesen und Mäzenatentum werden beim Sponsoring Geld, Sachmittel, Know-how oder andere Organisationsleistungen durch den Sponsor mit dem Ziel bereitgestellt, eine Gegenleistung zu erhalten.

II. Grundlagen für die Entscheidung über den Abschluss eines Sponsoringvertrages

Das Ansehen der Stadtverwaltung Königswinter, insbesondere das Vertrauen in die absolute Unabhängigkeit und Neutralität der Verwaltung, darf durch mögliche Sponsoringaktivitäten in der Öffentlichkeit keinen Schaden nehmen. Deshalb ist vor jeder Sponsoringentscheidung im Einzelfall abzuwägen, ob zwischen den finanziellen Vorteilen aus dem Sponsoring für die Stadt Königswinter und der Außenwirkung der an den Sponsor zu erbringenden Gegenleistung ein vertretbares Verhältnis besteht. Keinesfalls darf der Sponsoringcharakter einer Maßnahme durch den Werbeeffekt für den Sponsor vollständig überlagert werden. Sobald das kommerzielle Werbeinteresse des Sponsors derart in den Vordergrund tritt, dass die Förderung der dahinter stehenden Maßnahme in der Außenwirkung vollkommen verdrängt wird, ist das Engagement lediglich Mittel zum Zweck und es liegt kein Sponsoring, sondern reine Werbung vor.

Verkaufswerbung für private Zwecke und Sammlungen sind *verboten*, es sei denn, die Stadt Königswinter *stimmt dem vorher ausdrücklich zu*. Dieses Verbot gilt auch für Werbung auf Dienstkraftfahrzeugen oder die Überlassung von Fahrzeugen, die durch Werbeaufdrucke finanziert werden. Des Weiteren ist Sponsoring in jedem Fall dann unzulässig, wenn durch die Zuwendung die Entscheidungsfreiheit des Sponsoringnehmers gefährdet wird. So darf die Gewährung von Sponsoringleistungen **keinen Einfluss** auf Verwaltungsentscheidungen, insbesondere Vergabeentscheidungen, haben. Keinesfalls dürfen mit dem Sponsoring rechtswidrige Ziele verfolgt oder zwingende Vorschriften (zum Beispiel Vorschriften der Vergabe- und Vertragsordnungen VOB/VOF/VOL) umgangen werden.

Orientiert an dem jeweiligen Einsatzbereich sind darüber hinaus spezifische weitere Grenzen zu beachten. So ist beispielsweise im Bildungsbereich besondere Zurückhaltung bei Sponsoringhinweisen geboten: Diese müssen mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag von Schulen vereinbar sein. Die Werbewirkung muss deutlich hinter dem schulischen Nutzen zurückstehen. Werbung in schulischen Einrichtungen, die nichtschulischen Zwecken dient oder die Belange des Jugendschutzes gefährdet, ist unzulässig.

Um mögliche Interessenskonflikte von vornherein auszuschließen, sollte – soweit möglich – eine *Übereinstimmung* zwischen Sponsoren und potentiellen Auftragnehmern vermieden werden. Keinesfalls darf der Eindruck entstehen, die Dienststellen oder ihre Beschäftigten ließen sich bei ihren Aufgaben oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge von den Interessen des Sponsors leiten. Die Stadt Königswinter darf durch das Sponsoring in ihrem Handeln nicht beeinflusst oder erpressbar werden und letztlich ihre Unabhängigkeit verlieren.

Insbesondere ist Sponsoring in den folgenden Bereichen grundsätzlich ausgeschlossen:

- bei Ordnungs- und Genehmigungsdienststellen, wenn der Sponsor als Adressat oder Antragsteller des Verwaltungshandelns in Frage kommt,
- bei Aufsichtsdienststellen, wenn der Sponsor aus dem Aufsichtsbereich oder aus dem Umfeld der Adressaten der Aufsicht stammt,
- bei Bewilligungsdienststellen, wenn der Sponsor Zuwendungsempfänger sein kann,
- Dienststellen mit Beschaffungsaufgaben, wenn der Sponsor aus dem Bereich möglicher Auftragnehmer oder Lieferanten stammen könnte,
- Dienststellen mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen des Sponsors mittelbar oder unmittelbar durch die Planung berührt sein könnten,
- öffentliche Dienststellen der Wohlfahrtspflege (wie zum Beispiel Träger der Sozialhilfe, Versorgungs- und Sozialbehörden), wenn die Interessen des Sponsors mittelbar oder unmittelbar durch Leistungen der Wohlfahrtspflege berührt sein könnten,

- Dienststellen, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn der Sponsor tatsächlicher oder potenzieller Kandidat solcher Prüfungen ist.

In Ausnahmefällen kann hiervon jedoch abgewichen werden, sofern nach einer sorgfältigen Gesamtschau aller Umstände, die schriftlich zu dokumentieren sind, eine Beeinflussung des Verwaltungshandelns ausgeschlossen werden kann.

Liegen mehrere Angebote für ein Sponsoring vor, ist Neutralität zu wahren, wobei Angeboten von Unternehmen, an denen die Stadt Königswinter unmittelbar oder mittelbar beteiligt ist (z.B. Tourismus Siebengebirge GmbH, WWG), im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten Vorrang einzuräumen ist. Aus Gründen des Wettbewerbsrechtes dürfen durch die Sponsoringbeziehung keine Abhängigkeiten begründet werden, zum Beispiel durch Vertragsvereinbarungen des Inhalts, dass der Sponsor die Sponsoringleistung davon abhängig macht, dass die Stadtverwaltung ihre Einkäufe nunmehr nur noch bei diesem Sponsor erledigt, oder dass die Stadtverwaltung Dritte im Sinne des Sponsors beeinflusst, damit diese nur noch bei ihm einkaufen und somit andere Wettbewerber benachteiligt werden. Gegenstand der Sponsoringzuwendung sollen grundsätzlich nur Sach- und Geldleistungen sein.

Die im Sponsoringvertrag vereinbarten Sponsorenleistungen dürfen keinem Beschäftigten der Stadt Königswinter zu Gute kommen. Sie sind nur für die Erfüllung von Sachaufgaben zulässig. Im Übrigen sind die Vorschriften zum Verbot der Annahme von Belohnungen und Geschenken (§ 6 der Dienstordnung) zu beachten.

III. Abschluss eines Sponsoringvertrages

1. Rechtsnatur des Sponsoringvertrages

Der Sponsoringvertrag ist ein gegenseitiger Vertrag, der den Austausch von Leistung des Sponsors und Gegenleistung des *Sponsoringnehmers* regelt. Der Sponsoringvertrag ist immer durch die Stabsstelle 30 sowie die Revision mitzuzeichnen.

2. Vertragsgestaltung

Zur Erreichung größtmöglicher Transparenz und Offenheit sind bei der Gestaltung des Sponsoringvertrages insbesondere die nachfolgenden Punkte zu beachten:

a) Form

Der Sponsoringvertrag ist **schriftlich** abzuschließen. Etwaige Änderungen oder Ergänzungen bedürfen ebenfalls der Schriftform.

b) Laufzeit/Kündigung

Der Sponsoringvertrag ist, wenn möglich, zeitlich zu **befristen**. Die maximale Laufzeit sollte regelmäßig auf zwei Jahre beschränkt werden, es sei denn, besondere Umstände sprechen für eine längere Bindung an den Sponsor. Der Sponsoringvertrag kann für die Dauer von bis zu fünf Jahren abgeschlossen werden.

c) Vertragsparteien

Die Vertragsparteien (Sponsor und *Sponsoringnehmer*, das heißt die Stadt Königswinter) sind in dem Vertragskopf genau zu bezeichnen.

d) Präambel

Eine dem Sponsoringvertrag vorangestellte Präambel ist nicht zwingend notwendig. Sie ist dennoch zu empfehlen, um das wesentliche Ziel des Sponsorings für die Verwaltung zu verdeutlichen und damit die Transparenz des Handelns der Verwaltung zu unterstreichen.

e) Leistung- und Gegenleistung

Mit besonderer Sorgfalt sind Umfang und Inhalt der vertraglichen Leistungen des Sponsors und der Verwaltung zu benennen. Hierzu gehört insbesondere die Aufschlüsselung der geförderten Tätigkeiten nach Art, Ort, Umfang und Zeit. *Dies dient der Vertragskontrolle, Transparenz und vermeidet Missverständnisse über die gegenseitigen Verpflichtungen und Erwartungen.*

Präzise festgelegte Pflichten minimieren das Risiko unerwarteter zusätzlicher Kosten oder Nachteile für die Verwaltung.

Beispiele für Leistung/Gegenleistung im Sponsoring:

Die Leistung des Sponsors kann bestehen aus:

- Finanzierungsbeteiligung,
- Auslobung von Kunst-, Kulturpreisen, Patenschaften,
- PR-Leistungen (Plakate, Anzeigen, Broschüren),
- Übernahme von Transportleistungen, Logistik, Maßnahmen der Infrastruktur,
- Bereitstellung/Anmietung von Räumen,
- Erstellung von Katalogen, Büchern, Publikationshilfen.

Gegenleistung der Stadt Königswinter kann sein:

- Namensnennung und Logo auf Plakaten, in Broschüren oder Programmheften,
- Hinweis auf Sponsor in Eröffnungsreden, Interviews, Statements,
- Nennung des Sponsors bei allen PR-Maßnahmen,
- Mitwirkung des Sponsors bei allen PR-Maßnahmen, zum Beispiel durch persönliche Präsenz während einer Pressekonferenz,
- Informationsstand des Sponsors im Rahmen der Veranstaltung, zum Beispiel im Foyer,
- Direkte Platzierung des Namens oder Logos im Rahmen der Veranstaltung, zum Beispiel über dem Podium,
- Freikarten für Sponsor und Geschäftsfreunde,
- Empfang für Künstler mit Geschäftsfreunden.

f) Zahlungsmodalitäten

Zudem sind die Zahlungsmodalitäten eindeutig festzulegen, damit gerade bei diesem sensiblen Bereich Risiken für die Stadt Königswinter auszuschließen oder zumindest eindeutig kalkulierbar sind. Auch sollte vereinbart werden, dass der Sponsor die Umsatzsteuer, soweit vereinbarte Geldleistungen dieser unterliegen, trägt. Bei tauschähnlichen Umsätzen (Leistung und Gegenleistung bestehen jeweils aus Sachleistungen) ist in Abstimmung mit dem GB 20 ggf. eine gesonderte Regelung hinsichtlich zu beachtender steuerlicher Sachverhalte (z.B. Umsatzsteuer) aufzunehmen

g) Kosten

In einer besonderen Bestimmung zu den Kosten ist zu regeln, wer die bei der Durchführung des Sponsoring entstehenden Nebenkosten trägt. Das hiermit verbundene Kostenrisiko soll – soweit möglich – dem Sponsor übertragen werden. Aus Sicht der Verwaltung ist die Abwicklung des Sponsoringvertrages grundsätzlich kostenneutral zu halten.

h) Haftung

Die Haftung ist in verschiedener Hinsicht zu begrenzen, um die Verwaltung vor Ersatzansprüchen des Sponsors, die der Wirtschaftlichkeit des Sponsoring entgegenstehen können, zu schützen. Auch ist sie von möglichen Ersatzansprüchen Dritter, die auf einem schuldhaften Verhalten des Sponsors gründen, freizustellen. Schwerpunkt hierbei sind insbesondere Gefahren, die von einer zur Verfügung gestellten Sache ausgehen oder dieser drohen.

aa) Diebstahl / Beschädigung / Zerstörung der zur Verfügung gestellten Sache

Die vorsätzlich oder fahrlässig verursachte Zerstörung oder Beschädigung der zur Verfügung gestellten Sache könnte eine Ersatzpflicht der Verwaltung gegenüber dem Sponsor auslösen. Um dies von vornherein auszuschließen, soll die Haftung zu Gunsten der Stadt Königs-

winter auf vorsätzliche (und gegebenenfalls grob fahrlässige) Zerstörung oder Beschädigung begrenzt werden. Unter Umständen ist hier der Abschluss einer Versicherung zu Lasten des Sponsors vorzunehmen.

bb) Haftung wegen Schäden, die von der zur Verfügung gestellten Sache ausgehen

Eine Ersatzpflicht des Sponsors wegen Schädigungen durch *einen von dem Sponsor* der Verwaltung zur Verfügung gestellten Gegenstand (beispielsweise wenn ein Gerüst auf Grund eines Mangels zusammenbricht und ein Dritter hierdurch verletzt wird) ergibt sich bereits aus den Regelungen des allgemeinen Schuldrechts sowie aus den Regelungen des Deliktsrechts und sollte vertraglich auch nicht ausgeschlossen werden. Soweit möglich, soll die Haftung des Sponsors darüber hinaus auch auf solche Fälle erweitert werden, in denen der Sponsor den Schadenseintritt durch die von ihm überlassene Sache nicht eigenverantwortlich zu vertreten hat (zum Beispiel unvorhersehbare Produktmängel).

i) Keine Ausschließlichkeit

Aus Klarstellungsgründen sollte der Sponsoringvertrag eine Regelung darüber enthalten, dass es dem Gesponserten, das heißt der Stadt Königswinter, erlaubt ist, neben dem abzuschließenden Sponsoringvertrag weitere Sponsoringverträge mit anderen Sponsoren einzugehen.

j) Muster für einen Sponsoringvertrag

Der diesen Rahmenbedingungen anliegende Mustervertrag (Anlage 1) kann als Gerüst für Sponsoringverträge dienen, die von der Verwaltung jeweils mit dem beabsichtigten Sponsoringziel **entsprechend individuell** abzuschließen sind. Dieses Muster entbindet jedoch keinesfalls von der Pflicht, in jedem Einzelfall das angestrebte Ziel des Sponsorings genau festzuhalten und die mit dem Sponsoring verbundenen Gefahren und Möglichkeiten für die Stadt Königswinter miteinander abzuwägen.

Sollten in einzelnen Bereichen der Verwaltung gesetzliche Einschränkungen für das Sponsoring bestehen (z.B. Schulen, Urheberrecht), so sind diese unbedingt in der Gestaltung des Sponsoringvertrages zu berücksichtigen.

Zu beachten ist, dass in allen kommunalen Gebäuden, die öffentlichen Zwecken dienen, jede Form verkaufsfördernder Werbung grundsätzlich verboten ist.

IV. Zuständigkeit und Verfahren beim Abschluss eines Sponsoringvertrages

Die Entscheidung über den Abschluss eines Sponsoringvertrages wird **grundsätzlich in den zuständigen Dienststellen** getroffen. Die Kontaktaufnahme mit dem Sponsor und die Realisierung der Sponsoringaktivitäten organisieren die jeweiligen Dienststellen bzw. Eigenbetriebe/eigenbetriebsähnlichen Einrichtungen eigenverantwortlich. Bei Unsicherheiten über die Zulässigkeit oder die steuerlichen Wirkungen des Sponsorings sind frühzeitig die Stabsstelle 30 bzw. der Geschäftsbereich 20 in die Entscheidung einzubinden.

Die Beteiligung des Rates und/oder der Ausschüsse richtet sich für die Dienststellen nach der vom Rat beschlossenen Zuständigkeitsordnung der Stadt Königswinter. Unter Berücksichtigung dieser Vorgaben gelten folgende Regelungen: Sponsoringverträge, bei denen die Leistung des Sponsors einen Betrag von 5.000 Euro im Einzelfall nicht überschreitet, gelten gemäß der Zuständigkeitsordnung der Stadt Königswinter als Geschäfte der laufenden Verwaltung. Sie sind grundsätzlich vom zuständigen Beigeordneten/Dezernenten zu unterschreiben. Der Rat der Stadt Königswinter wird spätestens zum 30.06. eines Jahres über die abgeschlossenen Sponsoringverträge des Vorjahres informiert.

Diese Auflistung der abgeschlossenen Verträge wird auf der Internetseite veröffentlicht. *Im Sponsoringvertrag ist deshalb darauf hinzuweisen, dass im Folgejahr der Sponsorenleistung der Name des Sponsors, die jeweilige Art der Sponsoringleistung (Sachleistung, Dienstleis-*

tung, Geldleistung), ihr Wert in Euro und der konkrete Verwendungszweck auf der Internetseite veröffentlicht werden.

Insbesondere wegen der differenzierten steuerlichen Problematik ist vor jedem rechtsverbindlichen Abschluss eines Sponsoringvertrages der Geschäftsbereich 22 in die Entscheidung einzubinden.

Vorstehendes gilt auch bei Eigenbetrieben und eigenbetriebsähnlichen Einrichtungen.

V. Haushaltmäßige Behandlung der Sponsoringleistung

Die haushaltmäßige Behandlung von Sponsoringleistungen ist mit dem Geschäftsbereich 20 abzustimmen.

VI. Inkrafttreten

Diese Sponsoringrichtlinie tritt mit sofortiger Wirkung in Kraft.

Königswinter, den 29.07.2013

gez. Peter Wirtz
Bürgermeister

Anlage 1

Muster eines Sponsoringvertrages für die Stadt Königswinter

Zwischen der Stadt Königswinter - Der Bürgermeister - *[Dienststelle]* – im Folgenden Sponsoringnehmer – und der – im Folgenden Sponsor genannt – wird folgende Sponsoringvereinbarung geschlossen:

Präambel

Der Sponsor gewährt dem Sponsoringnehmer eine Zuwendung, um die öffentlichen Aufgaben des Sponsoringnehmers zu fördern. Mit der Zuwendung soll das Verwaltungsziel unterstützt werden. Neben dem Motiv, die öffentlichen Aufgaben zu fördern, verfolgt der Sponsor auch eigene (unternehmensbezogene) Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit.

§ 1 Pflichten des Sponsors

Der Sponsor verpflichtet sich:

§ 2 Pflichten des Sponsoringnehmers

Der Sponsoringnehmer verpflichtet sich, es dem Sponsor zu ermöglichen, die Tatsache der Zuwendung in folgender Weise nutzen zu können:

§ 3 Laufzeit/Kündigung

(1) Diese Sponsoringvereinbarung beginnt mit dem
am

und endet am

Wenn sich ein Endzeitpunkt nicht definieren lässt, so ist die Regelung um ein Kündigungsrecht zu ergänzen. Hier bietet sich beispielsweise folgende Formulierung an: "Die vorliegende Vereinbarung kann von beiden Seiten mit einer Kündigungsfrist von 14 Tagen zum Ablauf eines Monats gekündigt werden."

(2) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung der Vereinbarung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein Recht zur fristlosen Kündigung besteht insbesondere dann, wenn

1. über das Vermögen des Sponsors das Insolvenzverfahren eröffnet wird oder die Eröffnung des Insolvenzverfahrens beantragt wird,
2. der Sponsor in Bezug auf seine finanzielle Verpflichtung in Verzug gerät oder eine der Vertragsparteien die im Vertrag festgelegten Leistungen nicht erbringt.

(3) Für den Fall einer Kündigung verzichten beide Seiten auf eventuell bestehende Ansprüche aus diesem Vertrag. Beide Seiten verzichten auf Rückforderungen für bereits gewährte Leistungen.

Auf eine entsprechende Abwicklungsregelung kann verzichtet werden, wenn sie für das konkrete Sponsoringprojekt nicht interessengerecht wäre.

§ 4 Nebenkosten

Entstehen für die Durchführung der unter §§ 1 und 2 genannten Leistungen Kosten, werden diese vom Sponsor getragen.

§ 5 Haftung

Außer für den Fall eigenen Vorsatzes ist eine Haftung des Sponsoringnehmers *für Schäden an den* durch den Sponsor zur Verfügung gestellten Sachmitteln ausgeschlossen.

§ 6 Haftungsfreistellung

Der Sponsor stellt den Sponsoringnehmer von Haftungsschäden frei, die durch Mängel der zur Verfügung gestellten Sachmittel oder durch von diesen möglicherweise ausgehenden Gefahren verursacht werden.

Auf eine entsprechende Abwicklungsregelung kann verzichtet werden, wenn sie für das konkrete Sponsoringprojekt nicht interessengerecht wäre.

§ 7 Zahlungsfristen

Für die nach § 1 vereinbarten Geldleistungen werden folgende Zahlungsfristen vereinbart:

§ 8 Zahlungen

Sämtliche nach § 1 vorgesehenen Geldleistungen sind entsprechend der vereinbarten Zahlungsfristen ausschließlich an die Stadtkasse Königswinter auf das Konto :

unter Angabe des Kassenzeichens einzuzahlen.

§ 9 Umsatzsteuer

Falls die vereinbarten Geldleistungen der Umsatzsteuer unterliegen sollten, wird die gesetzliche Umsatzsteuer zuzüglich Zinsen nach § 233 a Abgabenordnung dem Sponsor nachträglich durch die zuständige Organisationseinheit in Rechnung gestellt.

§ 10 Keine Ausschließlichkeit

Der Gesponserte ist berechtigt, Verträge mit weiteren gleichrangigen Nebensponsoren zu schließen, die keine direkten Wettbewerber des Sponsors sind.

§ 11 Veröffentlichung

Der Sponsor ist damit einverstanden, dass der Rat der Stadt Königswinter spätestens zum 30.06. des Folgejahres über den abgeschlossenen Sponsoringvertrag informiert und mit der Auflistung der sonstigen abgeschlossenen Sponsoringverträge auf der Internetseite der

Stadt Königswinter mit Nennung des Namens des Sponsors, der Art der Sponsoringleistung, ihr Wert in Euro und der konkrete Verwendungszweck veröffentlicht wird.

§ 12 Weitere Vereinbarungen und Grundsätze

(Raum für spezielle Abreden, um im Einzelnen den besonderen Einsatzbereiches der jeweiligen Anforderungen der individuellen Sponsoringbeziehung gerecht werden zu können)

§ 13 Schriftform

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für Regelungen zum Schriftformerfordernis selbst. Mündliche Nebenabreden sind ungültig.

§ 14 Schlussbestimmungen

Soweit einzelne Teile dieser Vereinbarung unwirksam sein sollten oder unwirksam werden, wird die Wirksamkeit der Vereinbarung insgesamt nicht beeinträchtigt. Beide Vertragsparteien vereinbaren schon jetzt, dass sie in diesem Falle, die unwirksame Bestimmung durch eine wirksame solche ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung nahe kommt oder entspricht. Die Vertragsparteien werden sich gegenseitig umgehend über alle Umstände, die für die Durchführung des Vertrages von Bedeutung sein können, unterrichten. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Königswinter.