

Rahmenrichtlinie
über Sponsoring, Spenden
und mäzenatische Schenkungen
für die Verwaltung der
Freien und Hansestadt Hamburg und
ihre Mehrheitsbeteiligungen

(Rahmenrichtlinie Sponsoring –
Spo-RahmenRL)

Fassung vom
vom 12. November 2013

Inhaltsverzeichnis

Präambel.....	3
1. Geltungsbereich	3
2. Zuständigkeiten	4
3. Begriffsbestimmungen	4
a) Sponsoring.....	4
b) Werbung.....	5
c) Spenden.....	5
d) Mäzenatische Schenkungen.....	5
4. Allgemeine Grundsätze.....	5
5. Zulässigkeit, Ausschlussgründe und strafrechtliche Aspekte	6
a) Zulässigkeit	6
b) Ausschlussgründe für Behörden	6
c) Strafrechtliche Aspekte für Behörden und Mehrheitsbeteiligungen	7
6. Dokumentationspflichten	7
a) Sponsoringleistungen	8
b) Spenden und mäzenatische Schenkungen	9
7. Haushaltsrechtliche Grundsätze	9
8. Steuerrechtliche Aspekte.....	9
9. Vergaberechtliche Aspekte	10
10. Berichtswesen	10
11. Abgrenzung zu anderen Bereichen.....	11
12. Inkrafttreten und Übergangsregelung.....	11

Präambel

Private Zuwendungen für öffentliche Zwecke sind in der Freien und Hansestadt Hamburg auf eine lange und bedeutende Tradition zurückzuführen. Sponsoring, Spenden und mäzenatische Schenkungen haben eine maßgebliche Rolle im öffentlichen und privaten Interesse erhalten. Staatliche Aufgaben sind zwar grundsätzlich durch den öffentlichen Haushalt zu finanzieren; insbesondere in Zeiten „leerer Kassen“ leisten private Zuwendungen in Form von Sponsoring, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen aber einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Verbesserung der qualitativen und quantitativen Aufgabenwahrnehmung der öffentlichen Hand. Private Zuwendungen sind auch wichtiger Bestandteil von öffentlich-privaten Kooperationen im Sinne eines bürgerschaftlichen Engagements. Sie geben den Zuwendungsgebern überdies die Möglichkeit, ihre Verbundenheit mit bestimmten öffentlichen Aufgaben zu dokumentieren. Insofern sind private Zuwendungen auch unter diesen Gesichtspunkten grundsätzlich als positiv anzusehen.

Es ist jedoch der Eindruck zu vermeiden, öffentliche Einrichtungen würden sich aufgrund finanzieller Unterstützung oder Leistungen durch Private bei ihrer Aufgabenwahrnehmung beeinflussen lassen oder deren Interessen besonders berücksichtigen. Daher sind besonders strenge Maßstäbe im Zusammenhang mit hoheitlichem Handeln anzulegen.

Klare Verfahrensabläufe und Transparenz bei der Annahme von Mitteln und Leistungen aus Sponsoringverträgen, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen können hier Abhilfe schaffen. Sie schützen zugleich die Beschäftigten vor ungewollten, strafrechtlich relevanten Verhaltensweisen und bieten Ihnen Verhaltenssicherheit. Die vorliegende Rahmenrichtlinie soll in diesem Zusammenhang als maßgebliche Orientierung dienen und dabei auch Klarheit im Interesse der privaten Zuwendungsgeber schaffen.

1. Geltungsbereich

a) Diese Rahmenrichtlinie regelt den Umgang mit Sponsoring, Spenden und mäzenatischen Schenkungen. Sie gilt für alle Behörden (Senatsämter, Fachbehörden und Bezirksämter) der Freien und Hansestadt Hamburg einschließlich deren nachgeordneter Einrichtungen und für alle Unternehmen, an denen die Freie und Hansestadt Hamburg oder die HGV Hamburger Gesellschaft für Vermögens- und Beteiligungsmanagement mbH (HGV) direkt mehrheitlich beteiligt sind, d.h. die öffentlichen Unternehmen (direkte Mehrheitsbeteiligungen). Bei Gesellschaften, an denen die Freie und Hansestadt Hamburg oder die HGV die Mehrheit hält und die ihrerseits an einem anderen Unternehmen die Mehrheit halten (indirekte Mehrheitsbeteiligung) ist darauf hinzuwirken, dass sie die Regelungen dieser Rahmenrichtlinie anwenden. Die Hinwirkung ist per E-Mail-Mitteilung gegenüber der Grundsatzabteilung des Amtes für Vermögens- und Beteiligungsmanagement der Finanzbehörde nachzuweisen. Die Berichtspflicht nach Nummer 10 gilt nur für die direkten Mehrheitsbeteiligungen.

b) Für die Behörden gilt:

Diese Rahmenrichtlinie regelt den Umgang mit Zuwendungen, die eine Behörde als Institution erhält. Im Gegensatz hierzu steht die Annahme von Belohnungen und Geschenken in Bezug auf das Amt mit persönlichen Vorteilen für den Beschäftigten. Diese, die Beschäftigten selbst begünstigenden Sachverhalte, sind nicht Gegenstand dieser Rahmenrichtlinie. Es gilt hierzu die Bekanntmachung vom 27. März 2001 über die Annahme von Belohnungen und Geschenken.

Neben dieser Rahmenrichtlinie gelten ergänzend die Grundsätze für Werbemaßnahmen in der hamburgischen Verwaltung vom 23. Juni 1999.

Übergreifende Regelungen für die Drittmittelforschung (Hochschulen, Hochschulkliniken, öffentlich geförderte Hochschuleinrichtungen) sowie personenbezogene gesetzliche Regelungen (z.B. im Strafrecht oder im Beamtenrecht) bleiben unberührt.

2. Zuständigkeiten

Die Behörden und die direkten und indirekten Mehrheitsbeteiligungen (Mehrheitsbeteiligungen) entscheiden unter Beachtung dieser Rahmenvorgaben in eigener Zuständigkeit über die Zulässigkeit der Annahme, das Verfahren und die Verwendung von Zuwendungen. Die grundsätzliche Verantwortung obliegt dabei den jeweiligen (Behörden-) Leitungen bzw. Geschäftsführungen. Die konkreten Einzelfallentscheidungen können delegiert werden, in den Behörden auf die Amtsleitungen bzw. Dezernenten oder die Beauftragten für den Haushalt sowie bis 15.000 Euro einschließlich auf die Schulleitungen der staatlichen Schulen. In besonders bedeutsamen Einzelfällen sollten die Behörden – gegebenenfalls unter Beteiligung der jeweiligen Haushalts- oder Rechtsabteilung – eine Prüfung vornehmen. In steuerrechtlichen Fragen ist im Zweifel die Unterstützung der Finanzbehörde (Steuerverwaltung / Referat -530-) in Anspruch zu nehmen.

Die Behörden und Mehrheitsbeteiligungen können für ihre Zuständigkeitsbereiche weitere konkretisierende Regelungen erlassen, insbesondere weitergehende Einschränkungen festsetzen, sofern sie im Einklang mit den Grundsätzen dieser Rahmenrichtlinie stehen.

3. Begriffsbestimmungen

Die Beurteilung von Zuwendungen Privater an die öffentliche Hand in Form von Geld oder eines geldwerten Vorteils richtet sich nach dem Grad der vereinbarten Gegenleistung. Dabei sind Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zu unterscheiden, aus denen sich jeweils unterschiedliche Folgen in steuerlicher Hinsicht ergeben (siehe im Einzelnen Nummer 8).

a) Sponsoring

Unter Sponsoring ist die Zuwendung von Geld oder einer geldwerten Leistung durch eine natürliche oder juristische Person mit wirtschaftlichen Interessen zu verstehen. Neben der Förderung einer Maßnahme oder öffentlichen Einrichtung werden auch andere Interessen verfolgt. Dem Sponsor kommt es auf eine Profilierung in der Öffentlichkeit über das gesponserte Produkt oder Projekt an (Imagegewinn, Steigerung der Unternehmens- oder Markenbekanntheit). Sponsoren handeln nicht uneigennützig. Sie haben Anrecht auf eine Gegenleistung, durch die sie wirtschaftliche Vorteile erlangen. Klassische Gegenleistung im Sponsoring ist die Nennung des Sponsors, gegebenenfalls in Verbindung mit seinem Logo, auf gedruckten (z.B. Plakaten, Programmheften) oder elektronischen Medien der gesponserten Einrichtung. Zu weiteren Einzelheiten vgl. Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen zur ertragsteuerlichen Behandlung des Sponsorings vom 18. Februar 1998 (BStBl. 1998 I S. 212) in der jeweils geltenden Fassung. Für Sponsoringleistungen dürfen im Gegensatz zu Spenden keine Zuwendungsbestätigungen im Sinne des § 10b Einkommensteuergesetz (EStG), sog. „Spendenbescheinigungen“, ausgestellt werden.

Sofern ein Privater und eine Behörde bzw. Mehrheitsbeteiligung aufgrund gleichgerichteter Zielsetzungen eine angemessene Kostenteilung vereinbaren, handelt es sich insoweit nicht um Sponsoring.

b) Werbung

Bei Einnahmen aus Werbung handelt es sich nicht um eine Zuwendung, sondern um Entgelt eines Unternehmens oder einer unternehmerisch orientierten Privatperson für die Verbreitung seiner oder ihrer Werbebotschaften durch die öffentliche Verwaltung oder durch Mehrheitsbeteiligungen, wenn es ausschließlich um die Erreichung eigener Kommunikationsziele - Imagegewinn, Verkaufsförderung oder Produktinformation - des Unternehmens oder der Privatperson geht. Die Leistung an die öffentliche Verwaltung oder die Mehrheitsbeteiligung ist nur Mittel zum Zweck, das unmittelbare Interesse des Geldgebers liegt - im Gegensatz zum Sponsoring - allein in seinem wirtschaftlichen Nutzen (z.B. Werbeplakate auf öffentlichem Grund)¹.

c) Spenden

Spenden sind Zuwendungen von natürlichen oder juristischen Personen, die eine Behörde bzw. Mehrheitsbeteiligung, deren Einrichtung, bestimmte Maßnahmen oder Ziele fördern wollen und dafür keine Gegenleistung erwarten. Spenden zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke im Sinne der §§ 52 bis 54 Abgabenordnung - AO - (für gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Zwecke) sind zu bestimmten Sätzen beim Spender steuerlich abzugsfähig (vgl. § 10b EStG), wenn eine sog. „Spendenbescheinigung“ beim Finanzamt vorgelegt wird (siehe auch Nummer 8).

d) Mäzenatische Schenkungen

Mäzenatische Schenkungen sind Zuwendungen durch Privatpersonen, denen es ausschließlich um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht, der anderen als den in § 10b EStG genannten Zwecken dienen kann; die Zuwendungen sind daher steuerlich nicht abziehbare Kosten der Lebensführung.

4. Allgemeine Grundsätze

Die Behörden² dürfen Zuwendungen Dritter selbst in Empfang nehmen. Um der Forderung nach Unparteilichkeit, Uneigennützigkeit und Unabhängigkeit der öffentlichen Verwaltung bei der Annahme von Zuwendungen gerecht zu werden, sind dabei folgende Grundsätze zu beachten:

- Die Integrität der öffentlichen Verwaltung muss gewahrt bleiben.³
- Bei der Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben ist der böse Anschein zu vermeiden.
- Das Budgetrecht der Bürgerschaft ist sicherzustellen.
- Die Finanzierung öffentlicher Aufgaben muss transparent sein.
- Jeder Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung ist durch flankierende korruptionspräventive Maßnahmen vorzubeugen.

¹ Eine klare Abgrenzung zwischen Werbung und Sponsoring wird in der Praxis nicht in jedem Fall eindeutig möglich sein, da die Motivationslage „Gemeinwohlförderung“ beim Zuwendungsgeber nicht immer klar nach außen erkennbar sein kann und bei Sponsoring die öffentliche Gegenleistung zumeist auch in Form von Werbung, wenn auch in abgeschwächter Form, stattfindet.

² Unter „Behörde“ bzw. „Stellen“ ist der funktionelle Behördenbegriff zu verstehen. Eine Behörde im funktionellen Begriff erfasst in der Regel einen Ausschnitt der Behörde im organisatorischen Sinn, der durch eine gleichartige Aufgabe definiert ist (z.B. ist das Fachamt Management des öffentlichen Raumes eines Bezirksamtes eine Behörde im funktionellen Sinn, das Fachamt Einwohnermeldewesen des Bezirksamtes eine andere Behörde im funktionellen Sinn).“

³ Die Integrität der öffentlichen Verwaltung ist beispielsweise durch die in den Grundsätzen für Werbemaßnahmen in der hamburgischen Verwaltung genannten Ausschlusskriterien tangiert.

Für die Mehrheitsbeteiligungen gelten diese allgemeinen Grundsätze entsprechend.

5. Zulässigkeit, Ausschlussgründe und strafrechtliche Aspekte

a) Zulässigkeit

aa) Zuwendungen Dritter dürfen von Behörden und Mehrheitsbeteiligungen nur angenommen werden, wenn sichergestellt ist, dass der Anschein, das Verwaltungshandeln der Behörden bzw. das geschäftliche Handeln der Mehrheitsbeteiligungen könnte durch Zuwendungen beeinflusst werden, vermieden wird. Maßstab sollte hierbei die Sicht einer der Verwaltung bzw. der Mehrheitsbeteiligung und des Zuwendungsgebers (Sponsor, Spender oder Mäzen) gegenüber unvoreingenommenen und neutralen Person sein.

bb) Beim Sponsoring haben die Behörden die Gebote der Gleichbehandlung und Chancengleichheit zu beachten und Abhängigkeiten auszuschließen.

In Fällen, bei denen die Behörden aus eigener Initiative Sponsoring-Partner für Leistungen ab einem Wert von 50.000 Euro pro Jahr suchen, wird eine öffentliche Bekanntmachung der zuständigen Behörde empfohlen.

Maßstab bei der Auswahlentscheidung können neben der Eignung die individuelle Zuverlässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze sowie die Kunden- und Medienprofile der Sponsoren oder ihre besondere Verbundenheit mit einem bestimmten Förderungsbereich bzw. -zweck sein. Die Auswahlentscheidung ist zu dokumentieren.

Durch die Sponsoringbeziehung dürfen keine Abhängigkeiten begründet werden, z.B. durch Vertragsvereinbarungen des Inhalts, dass der Sponsor die Sponsoringleistung davon abhängig macht, dass die Freie und Hansestadt Hamburg oder mit ihr verbundene Unternehmen bestimmte Aufträge nur noch an diesen Sponsor erteilen.

b) Ausschlussgründe für Behörden

Sponsoring, Spenden und mäzenatische Schenkungen sollten von den folgenden Behörden und öffentliche Einrichtungen grundsätzlich nicht angenommen werden, weil bei ihnen aufgrund ihrer sachlichen Zuständigkeiten besonders leicht der Anschein entstehen kann, ihr Verwaltungshandeln könnte durch Zuwendungen beeinflusst werden. In Ausnahmefällen kann davon jedoch abgewichen werden, sofern nach einer sorgfältigen Gesamtschau aller Umstände eine Beeinflussung des Verwaltungshandelns ausgeschlossen werden kann.

- Ordnungs- und Genehmigungsbehörden, wenn die Zuwendungsgeber als Adressaten oder Antragsteller des Verwaltungshandelns in Frage kommen,
- Aufsichtsbehörden, deren potenzielle oder tatsächliche Zuwendungsgeber aus dem Aufsichtsbereich oder aus dem Umfeld der Adressaten der Aufsicht stammen,
- Bewilligungsbehörden, wenn die Zuwendungsgeber oder deren Umfeld potenzielle oder tatsächliche Zuwendungsempfänger (im Sinne von § 23 Landeshaushaltsordnung (LHO)) sein könnten,
- öffentliche Stellen mit Beschaffungsaufgaben, deren Zuwendungsgeber aus dem Kreis möglicher Auftragnehmer oder Lieferanten stammen könnten,
- öffentliche Stellen mit Planungsaufgaben, wenn die Interessen der Zuwendungsgeber mittelbar oder unmittelbar durch die Planung berührt sein könnten,

- öffentliche Sozialleistungsträger (wie z.B. Träger der Grundsicherung, Sozialhilfe, Kinder- oder Jugendhilfe, Versorgungs- und sonstiger Sozialleistungen), wenn die Interessen der Zuwendungsgeber mittelbar oder unmittelbar durch deren Leistungen berührt sein könnten,
- öffentliche Stellen, die berufsbezogene Prüfungen oder Eignungsprüfungen durchführen, wenn der Zuwendungsgeber tatsächlicher oder potentieller Kandidat solcher Prüfungen ist, und
- Verfassungsschutzbehörden.

Die Annahme von Zuwendungen durch andere als die oben genannten Behörden und öffentlichen Einrichtungen unterliegt weit weniger der Gefahr von Interessenskollisionen. Eine sorgfältige Prüfung aller Umstände auf mögliche Beeinflussung von Verwaltungshandeln wird aber auch in diesen vordergründig zunächst unkritischeren Fällen notwendig, wenn es offenkundig ist, dass der Zuwendungsgeber parallel in konkreten Geschäftsbeziehungen zu den oben genannten Behörden oder öffentlichen Einrichtungen steht⁴.

Die dauerhafte Überlassung von Personal an die öffentliche Verwaltung durch Sponsoren oder die Finanzierung von öffentlichen Bediensteten ist auszuschließen.

Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn die Bürgerschaft erkennbar nicht mit der Durchführung der durch das Sponsoring unterstützten Aufgabe einverstanden ist.

Sponsoring zugunsten der Polizei ist nur zulässig im Rahmen des im Bericht des Arbeitskreises II der Innenministerkonferenz vom 28. Oktober 1998 beschriebenen Umfangs.

c) Strafrechtliche Aspekte für Behörden und Mehrheitsbeteiligungen

Auf die §§ 299 f., 331 ff. Strafgesetzbuch (StGB) wird hingewiesen.

Die Beschäftigten der Behörden können beim Umgang mit Zuwendungen in Form von Sponsoring, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen den Straftatbestand der Vorteilsannahme gemäß § 331 StGB erfüllen. Dieser Tatbestand umfasst auch Dritt Vorteile. „Dritter“ kann auch die Anstellungskörperschaft, also die Freie und Hansestadt Hamburg, sein. Entscheidend ist, dass Finanzmittel, Sach- oder Dienstleistungen für die Dienstaussübung zur Verfügung gestellt werden, unabhängig davon, ob eine Gegenleistung versprochen, gefordert oder erbracht worden ist.

Um die Beschäftigten der Behörden vor diesem strafrechtlichen Risiko zu schützen, sollten sie sich Zuwendungen von privaten oder juristischen Personen nur dann versprechen lassen oder annehmen, wenn der Dienstvorgesetzte die Annahme vorher genehmigt hat oder ihm der Vorfall unverzüglich von den Beschäftigten angezeigt wird und er die Annahme genehmigt hat. Hinsichtlich der Genehmigung hat der Dienstvorgesetzte insbesondere die Grundsätze der vorliegenden Rahmenrichtlinie sowie den Schutzzweck des § 331 StGB zu beachten. Die Genehmigung greift nicht, wenn die Zuwendungen vom Beschäftigten gefordert wurden.

Für die Beschäftigten der Mehrheitsbeteiligungen ist insbesondere der Straftatbestand des § 299 StGB Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr zu beachten.

6. Dokumentationspflichten

Für die Behörden und Mehrheitsbeteiligungen gilt:

⁴ Z.B.: Behörde A hat von einem Sponsor, der bei Behörde B einen in der Öffentlichkeit bekannten Bauantrag gestellt hat, Geld erhalten.

Die Annahme von Zuwendungen ist vollständig und abschließend aktenkundig zu machen.

Für Zuwendungen ab 5.000 Euro ist der Zuwendungsgeber auf die Berichtspflicht nach Nummer 10 hinzuweisen und seine Einwilligung zur Veröffentlichung im Internet (Open Data Portal Hamburg) einzuholen. Sofern bei Spendern und Mäzenen der Wunsch nach Anonymität bzw. bei Sponsoren, Spendern und Mäzenen nach Vertraulichkeit hinsichtlich der Zuwendungshöhe besteht, sollte dies respektiert und möglichst mit einer Begründung dokumentiert werden. Im Halbjahresbericht nach Nummer 10 werden diese Fälle entsprechend mit „Einwilligung des Zuwendungsgebers zur Veröffentlichung liegt nicht vor.“ aufgeführt.

a) Sponsoringleistungen

aa) Bei Sponsoringleistungen sind ab einem Gegenwert von 10.000 Euro Vertragsabschlüsse zumindest in Textform analog § 126b BGB erforderlich (insbesondere E-Mails, in denen jeweils die Person des Erklärenden genannt werden, ausreichend). Diese müssen Angaben enthalten über

- die konkrete Leistung des Sponsors (was und wie wird von wem bis wann und in welchem Umfang geleistet – direkte/indirekte Leistung über weitere Unternehmen),
- die konkrete Gegenleistung des Zuwendungsempfängers (was und wie wird von wem bis wann und in welchem Umfang geleistet – direkte/indirekte Leistung über weitere öffentliche Institutionen bzw. Mehrheitsbeteiligung; ggf. Art und Form der Darstellung des Sponsors bei mündlicher oder elektronischer Nennung des Namens, der Firma und der Marke sowie die Präsentation des Logos oder sonstiger Kennzeichen am gesponserten Objekt oder im Rahmen einer Veranstaltung),
- die konkrete Förderung einer Aufgabe, Maßnahme oder öffentlichen Einrichtung (was wird gefördert - ggf. Förderungsziel),
- den zeitlichen Rahmen einer Leistung oder Maßnahme (einmalig, dauerhaft, Zeitraum),
- Verantwortliche und Ansprechpartner beider Vertragsparteien,
- Benennung von Handlungsfolgen (welcher Bereich muss was tun, z.B. Haushalts-/ Rechtsabteilung, Beschaffungsbereich) und ggf. weiteren Verpflichtungen aufgrund der Vereinbarung, die über die Gegenleistung des Zuwendungsempfängers hinausgehen, z.B. steuerrechtliche Folgen oder andere Folgekosten (z.B. Autoleasing durch Dritte zugunsten einer Sozialeinrichtung, Übernahme der Kosten für die Haftpflichtversicherung, Wartung etc. durch die Sozialeinrichtung),
- Unterschriften der Vertragsparteien (für die Behörde der jeweilige Entscheidungsträger und eine Vertretung des begünstigten Bereiches).

In jedem Einzelfall ist das angestrebte Ziel des Sponsorings genau festzuhalten. Die mit dem Sponsoring verbundenen Chancen und Risiken für die Freie und Hansestadt Hamburg sind miteinander abzuwägen. Insbesondere wegen der differenzierten steuerlichen Problematik ist vor jedem rechtsverbindlichen Abschluss eines Sponsoringvertrages im Zweifel die Finanzbehörde (Steuerverwaltung / Referat -530-) zu beteiligen (siehe auch Nummer 8 dieser Rahmenrichtlinie). Hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung sollten die jeweiligen Rechtsabteilungen in den Behörden beteiligt werden.

bb) Unterhalb eines Gegenwertes von 10.000 Euro sind die wesentlichen Inhalte eines mündlichen Sponsoringvertrages zu dokumentieren.

b) Spenden und mäzenatische Schenkungen

Bei Spenden und mäzenatischen Schenkungen sind jedenfalls in Textform analog § 126b BGB mindestens festzuhalten

- Angaben zum Spender bzw. Mäzen,
- Angaben zur begünstigten Dienststelle oder Einrichtung,
- Zuwendungsart (Spende/mäzenatische Schenkung), Zuwendungsform (Geld-, Sach- oder Dienstleistung),
- Höhe bzw. Wert der Zuwendung,
- Zuwendungszeitpunkt oder -zeitraum,
- Verwendungszweck und
- ggf. die Ausstellung einer Spendenbescheinigung.

7. Haushaltsrechtliche Grundsätze

Bei der Annahme von Sponsoringgeldern, Spenden und mäzenatischen Schenkungen haben die Behörden die haushaltsrechtlichen Regelungen, insbesondere die Grundsätze der Vollständigkeit, Einheit und der Gesamtdeckung, sowie das Bruttoprinzip zu beachten.

Die Annahme von Zuwendungen Dritter berührt das Etatrecht der Bürgerschaft (Art. 66 Verfassung der Freien und Hansestadt Hamburg). Daraus folgt, dass Zuwendungen dann nicht angenommen werden dürfen, wenn die Bürgerschaft erkennbar nicht mit der Durchführung einer Maßnahme einverstanden ist, für die die Zuwendung vorgesehen ist.

Werden Sach- oder Dienstleistungen von Dritten zur Verfügung gestellt, sind diese grundsätzlich nicht haushaltsrelevant.

8. Steuerrechtliche Aspekte

Zuwendungen Dritter an Behörden haben für den Zuwendungsgeber und den Zuwendungsempfänger unterschiedliche steuerrechtliche Bedeutung. Zum Abschätzen der Auswirkungen ist die zutreffende steuerliche Einordnung der Zuwendungen notwendig.

Steuerrechtlich können Zahlungen eines Zuwendungsgebers bei diesem

- Betriebsausgaben im Sinne des § 4 Absatz 4 EStG,
- Spenden, die unter den Voraussetzungen des § 10b EStG, § 9 Absatz 1 Nummer 2 Körperschaftsteuergesetz (KStG), § 9 Nummer 5 Gewerbesteuergesetz (GewStG) abgezogen werden dürfen, oder
- steuerlich nicht abziehbare Kosten der Lebensführung (§ 12 Nummer 1 EStG), bei Kapitalgesellschaften verdeckte Gewinnausschüttungen (§ 8 Absatz 3 Satz 2 KStG),

sein. Zu weiteren Einzelheiten vgl. das Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen zur ertragsteuerlichen Behandlung des Sponsoring vom 18. Februar 1998 (BStBl. 1998 I S. 212) in der jeweils geltenden Fassung.

Auf Seiten der Freien und Hansestadt Hamburg können Sponsoring- und Werbeeinnahmen unter bestimmten Voraussetzungen sowohl ertrag- als auch umsatzsteuerpflichtig sein (vgl. im Einzelnen Leitfaden „Die steuerlichen Pflichten der Freien und Hansestadt Hamburg“⁵).

⁵ Unter <http://fhhportal.stadt.hamburg.de/websites/0009/intranet/0005/Seiten/default.aspx>.

Um Folgekosten für den Haushalt zu vermeiden, haben die Behörden bei Abgrenzungsproblemen die Finanzbehörde (Steuerverwaltung / Referat -530-) zu beteiligen.

Zuwendungen Dritter an Mehrheitsbeteiligungen unterliegen bei diesen der Ertrag- und Umsatzsteuerpflicht. Sonderregelungen gelten für juristische Personen des privaten Rechts, die gemäß § 5 Absatz 1 Nummer 9 KStG als steuerbegünstigten Zwecken dienend anerkannt worden sind.

Bei Spenden gilt sowohl für die Behörden als auch die Mehrheitsbeteiligungen: Zuwendungsbestätigungen im Sinne des § 10b EStG (sog. „Spendenbescheinigungen“) dürfen nur ausgestellt werden, wenn die Zuwendungen für steuerbegünstigte Zwecke im Sinne der §§ 52 bis 54 AO verwendet werden. Juristische Personen des privaten Rechts (z.B. Mehrheitsbeteiligungen) müssen dazu vom Finanzamt als steuerbegünstigten Zwecken dienend im Sinne des § 5 Absatz 1 Nummer 9 KStG von der Körperschaftsteuer befreit sein. Auf die im BMF-Schreiben vom 30. August 2012 (BStBl. 2012 I S. 884) in seiner jeweiligen Fassung dargestellten Muster für Zuwendungsbestätigungen wird hingewiesen.

9. Vergaberechtliche Aspekte

Das Vergaberecht kommt im Rahmen von Sponsoringleistungen und Spenden nur dann unmittelbar zur Anwendung, wenn den Behörden für eine Leistung finanzielle Mittel von Dritten zur Verfügung gestellt werden und eine Dienststelle der Freien und Hansestadt Hamburg davon die „gesponserte“ oder „gespendete“ Leistung beschafft. Hierbei ist zu beachten, dass es bezogen auf die Dienststelle auf die Eigenschaft als „öffentlicher Auftraggeber“ im Sinne des § 98 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) ankommt. Diese ist im Regelfall auch bei Mehrheitsbeteiligungen gegeben, wobei eine genaue Prüfung im Einzelfall angezeigt ist.

Beschafft hingegen ein Sponsor oder Spender selbst eine Leistung und erteilt einen Auftrag, unterliegt er nur dann den Regeln des Vergaberechts, wenn er selbst ein „öffentlicher Auftraggeber“ im Sinne des § 98 GWB ist oder über die Landeshaushaltsordnung bzw. das Hamburgische Vergabegesetz (HmbVgG) zur Anwendung des Vergaberechts (z.B. direkte Mehrheitsbeteiligung, Nachunternehmer) verpflichtet wird.

10. Berichtswesen

Die auch aus Gründen der Korruptionsprävention und -bekämpfung notwendige Transparenz im Umgang mit Zuwendungen erfordert eine Berichterstattung der Behörden und direkten Mehrheitsbeteiligungen (Nummer 1 lit. a) Satz 2, 2. Halbsatz) über empfangene Sponsoringleistungen, Spenden und mäzenatische Schenkungen. Die Berichtspflicht der Behörde für Schule und Berufsbildung erstreckt sich auch auf die staatlichen Schulen.

Die Behörden und direkten Mehrheitsbeteiligungen berichten halbjährlich eigenverantwortlich über alle im Kalenderhalbjahr angenommenen Zuwendungen ab 5.000 Euro im Einzelwert.

In diesem Bericht führen die Behörden und die direkten Mehrheitsbeteiligungen auf der Grundlage einer von der Finanzbehörde (Amt für Organisation und Zentrale Dienste) bereit gestellten Tabelle alle vorstehenden Einzelzuwendungen mit folgenden Angaben auf:

- a) die jeweilige Behörde und ihre Ämter oder die direkte Mehrheitsbeteiligung im Zuständigkeitsbereich der Behörde,
- b) den Zuwendungsgeber (Name und Wohnort/Sitz [Stadt ohne Straße]),
- c) die Zuwendungsart (Sponsoring, Spende, mäzenatische Schenkung),
- d) die Zuwendungsform (Geld-, Sach- oder Dienstleistung),

- e) die Höhe bzw. den Wert der Zuwendung,
- f) die Höhe eventueller Folgekosten (einmalige und ggf. jährliche Kosten),
- g) Verwendungszweck (geförderte öffentliche Aufgabe).

Die Berichte über das erste Kalenderhalbjahr werden von den Behörden jeweils bis zum 10. August und die über das zweite Kalenderhalbjahr jeweils bis zum 10. Februar im Internet (Open Data Portal Hamburg) veröffentlicht.

Unberührt bleiben etwaige Informationspflichten nach dem Hamburgischen Transparenzgesetz (HmbTG), welches insbesondere die Veröffentlichung von Verträgen der Daseinsvorsorge und von Verträgen vorsieht, an deren Veröffentlichung ein öffentliches Interesse besteht (vgl. § 3 Absatz 1 Nummer 4 und Absatz 2 Nummer 1 HmbTG). Soweit das Hamburgische Transparenzgesetz zur Anwendung kommt, ist auch die Zulässigkeit der Veröffentlichung bzw. Auskunft über die Person des Zuwendungsgebers nach den dortigen Vorschriften zu beurteilen (vgl. § 4 HmbTG).

11. Abgrenzung zu anderen Bereichen

Für Werbung auf Staatsgrund außerhalb von Gebäuden in Formaten bis einschließlich 18/1 (3,56 m x 2,52 m mit einer Abweichung von bis zu 10%) hat die Freie und Hansestadt Hamburg die Werberechte bis zum Jahr 2024 ausschließlich an zwei Unternehmen der Außenwerbung übertragen. Ein Abschluss von Werbeverträgen mit anderen Unternehmen ist insoweit nicht zulässig. Über die Abgrenzung im Einzelnen erteilt das Rechtsamt der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation Auskunft.

Die vorgenannten Werbeverträge beziehen sich nicht auf Werbung in Dienstgebäuden, an Dienstfahrzeugen und Arbeitsmitteln einschließlich staatlicher Broschüren und sonstiger Druckwerke sowie elektronischer Medien.

12. Inkrafttreten und Übergangsregelung

a) Diese Fassung tritt mit Beschlussfassung in Kraft.

b) Die ersten Halbjahresberichte nach Nummer 10 für das erste Kalenderhalbjahr 2013 sollen mit dem bisher geltenden Schwellenwert (ab 50.000 Euro im Einzelwert) so bald wie möglich veröffentlicht werden und mit dem neuen Schwellenwert (ab 5.000 Euro im Einzelwert) ab der Berichterstattung über das zweite Kalenderhalbjahr 2013 zum 10. Februar 2014.

Gegeben in der Versammlung des Senats,

Hamburg, den 12. November 2013.