

Niederschrift

Stadtrat

am: 09.07.2002

V 361.02

Öffentlicher Teil:

TOP 2 - Erlass von Satzungen und sonstigem Ortsrecht

2.6 – Rahmenregelung zum Sponsoring und diesbezügliche Änderung der Hauptsatzung

Auf Empfehlung des Haupt-, Finanz-, Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsausschusses beschließt der Rat der Stadt Kerpen mit 45 Ja-Stimmen bei 4 Nein-Stimmen:

- A. In der Absicht, zukünftig die Möglichkeiten von Sponsoring zu Gunsten der Stadt Kerpen unter Wahrung der Objektivität und der Neutralität nutzen zu können, und mit dem Ziel, die notwendige Transparenz von Leistung und eventuell Gegenleistung im Rahmen einer Korruptionsprävention zu gewährleisten, beschließt der Rat der Stadt Kerpen
 1. die anliegende Rahmenregelung zum Sponsoring (Anlage 1) und
 2. die anliegende diesbezügliche Änderung der Hauptsatzung (Anlage 2).

- B. Der Rat beauftragt die Verwaltung, ihm grundsätzlich vierteljährlich, mindestens aber einmal jährlich einen "Sponsoringbericht" über alle Sponsoringverträge zur Kenntnis zu geben.

_____ über _____ zur Kenntnis/weiteren Veranlassung/Beschlussausführung

ANLAGE 1
ZU TOP 2.6

Rahmenregelung der Stadt Kerpen zum Sponsoring vom 19.07.2002

In der Absicht, zukünftig die Möglichkeiten von Sponsoring zu Gunsten der Stadt Kerpen unter Wahrung der Objektivität und der Neutralität nutzen zu können, und mit dem Ziel, die notwendige Transparenz von Leistung und eventueller Gegenleistung im Rahmen einer Korruptionsprävention zu gewährleisten, hat der Rat der Stadt Kerpen am 09.07.2002 folgende Rahmenregelung zum Sponsoring beschlossen:

1. Definition

Unter Sponsoring versteht man im Allgemeinen,

- die Zuwendung von Finanzmitteln, Sach- und /oder Dienstleistungen durch Private Dritte (Sponsoren)
- an eine Einzelperson, eine Gruppe von Personen, eine Organisation oder Organisationseinheit (Gesponserte)
- zur Förderung von sportlichen, kulturellen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen
- mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung, der Darstellung von eigenen Produkten oder der Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

2. Steuerrechtliche Wirkungen

Je nach Art und Umfang kann Sponsoring eine wirtschaftliche Tätigkeit darstellen, die der Körperschafts-, Gewerbe- und Umsatzsteuerpflicht unterliegt. Die steuerrechtlichen Auswirkungen sind im Einzelfall vor Abschluss eines Sponsoringvertrages zu klären.

Beim Sponsoring ist zu berücksichtigen, dass letztlich alle staatlichen Ebenen die gesponserten Leistungen über Steuermindereinnahmen mitfinanzieren, wenn der Sponsor seine Leistungen als Betriebsausgaben steuerlich geltend machen kann.

3. Grundsätze/Leitsätze

- 3.1 Sponsoring soll nur sehr zurückhaltend stattfinden.
- 3.2 Sponsoring muss mit dem verfolgten Verwaltungszweck vereinbar sein.
- 3.3 Mit dem Sponsoring dürfen keine rechtswidrigen Ziele verfolgt werden.
- 3.4 Sponsoring muss stets für die Öffentlichkeit erkennbar sein. Eine vollständige Transparenz des Umfangs, der Art des Sponsorings und die Angabe der Sponsoren ist zur Vermeidung der Befangenheit sowohl der politischen Vertreter/ - innen als auch aller Beschäftigten in der Stadt Kerpen unentbehrlich.

- 3.5 Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass die Mitglieder des Rates oder die Beschäftigten der Stadt Kerpen sich bei ihren Aufgaben oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge von den Interessen des Sponsors leiten lassen.
- 3.6 Das Ansehen der Stadt Kerpen in der Öffentlichkeit darf durch das Sponsoring keinen Schaden nehmen.
- 3.7 Eventuelle Zusatzausgaben und/oder Folgekosten müssen vor Abschluss des Sponsoringvertrages abgedeckt sein.
- 3.8 Es ist auszuschließen, dass der Sponsor Vorgaben für die Erledigung der öffentlichen Aufgabe macht oder sonst hierauf Einfluss nimmt.

4. Vertrags- und Schriftform des Sponsoringvertrages

- 4.1 Die Leistung eines Sponsors an die Stadt Kerpen sowie die eventuelle Gegenleistung der Stadt Kerpen sind in allen Fällen durch eine schriftliche vertragliche Vereinbarung ("Sponsoringvertrag") zu regeln.
- 4.2 In Sponsoringverträgen ist darauf zu achten, dass die Leistungen und Gegenleistungen nach Art, Umfang und ggf. Laufzeit genau benannt werden.
- 4.3 Für die Sponsoringverträge sollen möglichst die Formulierungen eingeführter Musterverträge verwendet werden.

5. Zustimmungserfordernis

Der Abschluss eines Sponsoringvertrages bedarf der Zustimmung der Rates, wenn die Leistungen des Sponsors einen Wert von 25.000 Euro übersteigen.

Bei Sponsoringverträgen bis zu einem Wert von 25.000 Euro entscheidet gemäß Hauptsatzung der Bürgermeister der Stadt Kerpen.

6. Verfahren, Kontrolle und Information

- 6.1 Zu jedem Entwurf eines Sponsoringvertrages sind die Interessenlagen der Vertragsbeteiligten zu erläutern sowie die auf die Stadt Kerpen zukommenden Auswirkungen (Folgekosten, steuerliche Wirkungen) darzulegen.
- 6.2 Zu jedem Sponsoringvertrag ist eine Stellungnahme des Rechtsamtes und der Kämmerei einzuholen und ebenfalls mit vorzulegen.
- 6.3 Neben dem Rechnungsprüfungsamt (14) erhalten die Ämter 10, 11, 20 und 21 in jedem Fall, unabhängig von den im § 5 genannten Grenzen, eine Ausfertigung des abgeschlossenen Sponsoringvertrages.

7. Sponsoringbericht

Die Verwaltung gibt dem Rat grundsätzlich vierteljährlich, mindestens aber einmal jährlich einen Sponsoringbericht über alle Sponsoringverträge zur Kenntnis. Der Sponsoringbericht kann von allen Bürger/innen der Stadt Kerpen eingesehen werden.

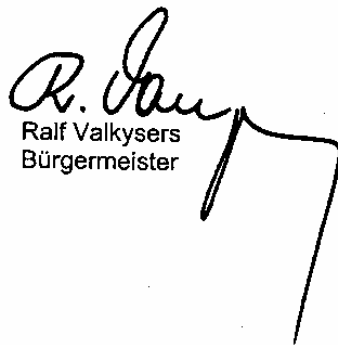
8. Ergänzende Regelungen

Auf der Grundlage der vorstehenden generellen Rahmenregelungen zum Sponsoring können für Einrichtungen der Stadt Kerpen nach Vorberatungen in den Fachausschüssen ergänzende Regelungen beschlossen werden.

9. Spenden

Das Verfahren zur Annahme von Spenden wird von diesen Rahmenregelungen nicht berührt.

Kerpen, 19.07.2002


Ralf Valkysers
Bürgermeister

ANLAGE 2
ZU TOP 2.6

5. Änderung der Hauptsatzung der Stadt Kerpen vom 11.07.2002

Aufgrund von § 7 Abs. 3 i. V. m. § 41 Abs. 1 Satz 2 f) der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen in der Fassung der Bekanntmachung vom 14.07.1994 (GV NW S. 666), zuletzt geändert durch Gesetz vom 27.11.2001 (GV NW S. 812), hat der Rat der Stadt Kerpen am 09.07.2002 mit der Mehrheit der gesetzlichen Anzahl der Ratsmitglieder folgende 5. Änderung der Hauptsatzung beschlossen:

Artikel I

§ 13 Bürgermeister

(3) Die Entscheidung folgender Angelegenheiten wird dem Bürgermeister übertragen:

neu eingefügt wird:

Ziffer 7 a: Der Abschluss von Sponsoringverträgen mit einer Leistung des Sponsors bis 25.000 Euro.

Artikel II

Die 5. Satzung zur Änderung der Hauptsatzung der Stadt Kerpen tritt mit dem Tag nach der Bekanntmachung in Kraft.

Bekanntmachungsanordnung

Die vorstehende 5. Satzung zur Änderung der Hauptsatzung der Stadt Kerpen wird hiermit öffentlich bekannt gemacht.

Es wird darauf hingewiesen, dass eine Verletzung von Verfahrens- und Formvorschriften der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen beim Zustandekommen dieser Satzung nach Ablauf eines Jahres seit dieser Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden kann, es sei denn

- a) eine vorgeschriebene Genehmigung fehlt oder ein vorgeschriebenes Anzeigeverfahren wurde nicht durchgeführt,
- b) diese Satzung ist nicht ordnungsgemäß öffentlich bekannt gemacht worden,
- c) der Bürgermeister hat den Satzungsbeschluss vorher beanstandet oder
- d) der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Gemeinde vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt.

Kerpen, 11.07.2002


Ralf Valkysers
Bürgermeister

V:\11_1\Schreibdienst\DATEN\satzung\5_Aenderung Hauptsatzung.doc