

Anlage 2

Sponsoringvertrag (Muster für Sponsoring an Schulen auf der Grundlage des Gemeinsamen Runderlasses)¹

über Sponsoring an der X-Schule in **[Gemeinde X]**

zwischen

dem Land Hessen,
vertreten durch • **[Staatliches Schulamt X]**,
im Folgenden „Sponsoringnehmer“ genannt,

und

• **[Firma/Name]**, • **[Adresse]**, vertreten durch • **[Name und Funktion der vertretungsberechtigten Person/en]**,
im Folgenden „Sponsor“ genannt

Präambel

Sponsoring in Schulen trägt in geeigneten Fällen unterstützend dazu bei, den gesetzlichen Bildungs- und Erziehungsauftrag von Schulen zu erfüllen. Neben dem Motiv zur Förderung des gesponserten Produkts verspricht sich der Sponsor von seiner Sponsoringleistung eine Erhöhung seines unternehmerischen Ansehens. Das Land Hessen ist als Träger öffentlicher Verwaltung zu absoluter Integrität und Neutralität verpflichtet. Sponsoring muss mit der öffentlichen Aufgabenerfüllung von Schule und dem Bildungs- und Erziehungsauftrag von Schule vereinbar sein. Mit dem Sponsoring dürfen keine rechtswidrigen Ziele verfolgt werden. Sponsoring ist nur zulässig, wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung bei der Wahrnehmung des Verwaltungshandelns auszuschließen ist. Für das Sponsoring gelten § 3 Abs. 15 des Hessischen Schulgesetzes (Schulgesetz) in der Fassung der Bekanntmachung vom 30. Juni 2017 (GVBl. S. 150), geändert durch Gesetz vom 3. Mai 2018 (GVBl. S. 82), die Richtlinie für den Umgang mit Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen an Schulen vom XXX (ABl. S. XXX) und die Sponsoring Richtlinie Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben, Gemeinsamer Runderlass vom 8. Dezember 2015 (StAnz. 2016 S.86) (nachfolgend „**Sponsoring Richtlinie**“). Diese

¹ Dieser Vertrag ist ein unverbindliches Muster mit beispielhaften Regelungen. Das Muster entbindet den Verwender nicht von der Pflicht, die Bestimmungen des Mustervertrages in eigener Verantwortung auf ihre Anwendbarkeit, Interessengerechtigkeit und Rechtsfolgen im Einzelfall hin zu prüfen und den Vertrag entsprechend anzupassen und zu ergänzen bzw. erforderlichen Rechtsrat einzuholen.

Richtlinien sorgen für Transparenz bei Sponsoringleistungen an öffentlichen Schulen und wahren die Integrität und Neutralität des Landes.

Auf der Grundlage der Entscheidung der Schulleiterin oder des Schulleiters der X-Schule nach § 3 Abs. 15 Satz 3 des Schulgesetzes wird daher zwischen den Parteien folgender Vertrag geschlossen:

§ 1 Vertragsgegenstand

•[Darstellung des Vertragsgegenstandes – konkrete Darstellung der gesponserten Maßnahme durch Vertragsparteien], nachfolgend „**gesponsertes Produkt**“.

§ 2 Leistung des Sponsors

(1) Der Sponsor stellt dem Sponsoringnehmer für die Durchführung des gesponserten Produkts zweckgebunden

– Geldmittel in Höhe von • Euro*²

– Sachmittel in Form von • *

– Dienstleistungen in Form von • *

einmalig/für die Dauer von ...* zur Verfügung (nachfolgend „**Sponsoringleistung**“).

(2) Die Sponsoringleistung wird [in Teilbeträgen von • Euro jeweils*] zum ... fällig. [Der Betrag ist auf das Konto [Kto./BLZ/ IBAN/BIC/Kreditinstitut] zu überweisen.*]³

§ 3 Namensrechtsüberlassung⁴

(1) Der Sponsor erhält während der Dauer des Vertrages den Namen „Offizieller Sponsor“ des gesponserten Produkts.

[(2) Der Sponsor ist berechtigt, in eigenen Publikationen [nach vorheriger Abstimmung mit dem Sponsoringnehmer] auf Art, Wert und Umfang seiner Sponsoringleistung hinzuweisen.]⁵

(3) Der Sponsor ist nicht berechtigt, das gesponserte Produkt oder den Sponsoringnehmer in der Erfüllung des Bildungs- und Erziehungsauftrages von Schule inhaltlich zu beeinflussen.

§ 4 Leistung des Sponsoringnehmers, Umsatzsteuer

(1) Der Sponsoringnehmer verpflichtet sich im Gegenzug, auf die Unterstützung des gesponserten Produkts durch den Sponsor bei folgenden öffentlichkeitswirksamen

² *Unzutreffendes bitte jeweils streichen

³ Bei Sachleistungen und Dienstleistungen ist eine entsprechende Fälligkeitsregelung für den Einzelfall zu treffen.

⁴ Ein Betrieb gewerblicher Art wird nicht begründet, wenn der Sponsoringnehmer dem Sponsor nur die Nutzung seines Namens zu Werbezwecken in der Weise gestattet, dass der Sponsor selbst zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an die Körperschaft hinweist. Die Ausführungen in Abschnitt 1.1 Absatz 23 Sätze 3 und 4 Umsatzsteuer-Anwendungserlass sind unbeachtlich, wenn kein Betrieb gewerblicher Art besteht oder das Sponsoring keinem Betrieb gewerblicher Art zuzuordnen ist und sich Aussagen zum Leistungsaustausch deshalb erübrigen.

⁵ Berechtigung zu Hinweisen ist im Einzelfall abzustimmen und sollte hinsichtlich der Vermeidung eines ggfs. steuerpflichtigen Betriebs gewerblicher Art restriktiv angewandt werden.

Maßnahmen (wie z.B. Internetauftritt, Maßnahmen im Rahmen einer Veranstaltung oder sämtlichen Printmedien) ohne besondere Hervorhebung⁶ des Sponsors und ohne Verlinkung zu dessen Internetseiten⁷ wie folgt hinzuweisen:

• *[Regelung einfügen]*

(2) Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen sind zuvor mit dem Sponsor abzustimmen.

(3) Dem Sponsor ist bekannt, dass sich eventuelle Änderungen sowohl hinsichtlich der Durchführung des gesponserten Produkts als auch bei einzelnen Aktivitäten ergeben können. In diesem Fall werden beide Parteien anstreben, sich über eine gleichwertige Alternative zu verständigen.

(4) Der Sponsoringnehmer ist nicht daran gehindert, weitere Sponsoringverträge mit anderen Sponsoren abzuschließen, auch wenn es sich um Wettbewerber des Sponsors handelt.

(5) Die Parteien gehen davon aus, dass der Sponsoringnehmer gegenüber dem Sponsor mit der Rechtseinräumung nach § 3 und den sonstigen Leistungen gemäß § 4 Abs. 1, 2 keine steuerbaren Leistungen bewirkt. Bei einer davon abweichenden Beurteilung durch das Finanzamt gilt die gemäß § 2 vereinbarte Sponsoringleistung als Nettobetrag. Die auf ein mögliches Entgelt entfallenden Umsatzsteuern werden dann vom Sponsor zusätzlich an den Sponsoringnehmer gegen Ausstellung einer Rechnung im Sinne des § 14 Umsatzsteuergesetz gezahlt.

§ 5 Transparenz

Der Sponsor ist damit einverstanden, dass der Sponsoringnehmer die Sponsoringleistung nach Art, Wert und Umfang unter Nennung des Namens/der Firma des Sponsors aus Gründen der Transparenz der öffentlichen Verwaltung im Bericht über die Sponsoringleistungen an die Landesverwaltung in Hessen, auf seinem Internetauftritt oder in sonst geeigneter Weise veröffentlicht.

§ 6 Haftung

(1) Der Sponsoringnehmer übernimmt keine Haftung für den Werbeerfolg des Sponsors aus dem gesponserten Produkt. Die Haftung des Sponsoringnehmers für Untergang oder Verschlechterung der zugewendeten Sachen des Sponsors ist ausgeschlossen, soweit dem Sponsoringnehmer nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt.

(2) Der Sponsoringnehmer ist allein für die Durchführung der geförderten Maßnahme verantwortlich. Der Sponsor haftet nicht für Schäden, die dem Sponsoringnehmer im Zusammenhang mit der Durchführung der geförderten Maßnahme entstehen, wenn dem Sponsor nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt. Ein Rückgriff des Sponsoringnehmers bei Inanspruchnahme durch Dritte ist insoweit ausgeschlossen.

§ 7 Verschwiegenheit

⁶ Ein Betrieb gewerblicher Art liegt nicht vor, wenn der Sponsoringnehmer z.B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung oder Verlinkung zu dessen Internetseiten, erfolgen. Ein Betrieb gewerblicher Art liegt dagegen vor, wenn die Körperschaft an den Werbemaßnahmen mitwirkt. Soweit die steuerliche Behandlung der Sponsoringmaßnahmen unklar ist, soll sich der Sponsoringnehmer (Land Hessen, vertreten durch die jeweilige Behörde) vor Abschluss des Sponsoringvertrages mit dem jeweils zuständigen Finanzamt abstimmen.

⁷ Siehe Anmerkungen zu Fußnote 4

(1) Der Sponsor hat, auch nach Beendigung des Vertrages, über die ihm bei seiner Tätigkeit bekannt gewordenen dienstlichen Angelegenheiten des Sponsoringnehmers Verschwiegenheit zu bewahren. Hierzu verpflichtet er auch seine Mitarbeiter, Beschäftigten und Erfüllungsgehilfen.

(2) Von dienstlichen Schriftstücken, Zeichnungen und sonstigen Unterlagen, die dem Sponsor in Ausführung des Vertrages zugänglich gemacht wurden, dürfen ohne Zustimmung des Sponsoringnehmers keine Ausfertigungen, Ablichtungen oder sonstige Vervielfältigungen gefertigt werden. Bei Vertragsbeendigung sind etwa ausgehändigte oder vervielfältigte Unterlagen dem Sponsoringnehmer unaufgefordert vollständig zurückzugeben.

§ 8 Vertragsdauer

(1) Dieser Vertrag tritt durch beiderseitige Unterzeichnung durch die Vertragsparteien in Kraft.

[Der Vertrag wird befristet abgeschlossen und endet mit Ablauf des

• (bei Dauer-Sponsoring).]

Dieser Vertrag endet durch vorzeitige Beendigung (§ 9) oder durch die Beendigung des gesponserten Produkts, wenn es sich um eine einmalige Maßnahme handelt, ohne dass es einer ausdrücklichen Erklärung der Vertragsparteien bedarf.

§ 9 Vorzeitige Beendigung

[Individuelle Regelung einfügen]⁸

§ 10 Schriftform

Mündliche Nebenabreden zu diesem Vertrag bestehen nicht. Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrags bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Bestimmung.

§ 11 Gerichtsstand, anwendbares Recht

(1) Gerichtsstand für alle sich aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ergebenden Rechtsstreitigkeiten ist ausschließlich der Sitz des Sponsoringnehmers.

(2) Der Vertrag unterliegt deutschem Recht.

§ 12 Salvatorische Klausel

⁸ Der Sponsoringvertrag ist ein gesetzlich nicht geregelter, atypischer Vertrag, für den grundsätzlich die Regelungen des Allgemeinen Schuldrechts gelten. Daneben kann das Recht gesetzlich geregelter Vertragstypen anwendbar sein, wenn und soweit der individuelle Sponsoringvertrag Ähnlichkeit mit einem solchen geregelten Vertrag aufweist. Inwieweit der Vertrag für die Zukunft gekündigt oder für die Vergangenheit rückabgewickelt werden kann, hängt zudem davon ab, ob der Vertrag ein Dauerschuldverhältnis darstellt oder einen einmaligen Leistungsaustausch vorsieht. Die Ermittlung des anwendbaren Rechts hängt also vom Einzelfall ab und kann zu erheblichen Rechtsunsicherheiten und Streitigkeiten führen. Um dem vorzubeugen, sollte der Vertrag für den Fall der Leistungsstörung eine Regelung enthalten, die sich an der Interessenlage der Parteien im Einzelfall orientiert. Sie sollte verbindlich festlegen, unter welchen Voraussetzungen der Vertrag von wem vorzeitig beendet werden kann und welche Rechtsfolgen bei einer vorzeitigen Beendigung eintreten sollen.

Sollten in diesem Vertrag eine oder mehrere Bestimmungen aus tatsächlichen oder rechtlichen Gründen unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit des Vertrages im Übrigen nicht berührt. Für diesen Fall verpflichten sich die Vertragsparteien, unter Berücksichtigung des Grundsatzes von Treu und Glauben an Stelle der unwirksamen Bestimmung eine wirksame Bestimmung zu vereinbaren, welche dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt und von der anzunehmen ist, dass die Parteien sie zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vereinbart hätten, wenn sie die Unwirksamkeit gekannt oder vorhergesehen hätten.

_____ Ort/Datum	_____ Sponsoringnehmer (Staatliches Schulamt/Schulleiterin oder Schulleiter einer SeS/SbS)
--------------------	---

_____ Ort/Datum	_____ Sponsor
--------------------	------------------

Anlage 3

Name/Firmenname und
Adresse
des Zuwendungsgebers

Ort, Datum

Einverständniserklärung

Bezeichnung des Projekts/Vorhabens/Produkts
zugewendeter Betrag in Euro
zugewendeter Betrag in Worten

Hiermit erkläre ich mich damit einverstanden, dass zur Wahrung des Transparenzgebotes bei der Finanzierung öffentlicher Aufgaben gegenüber dem hessischen Landtag mein Name/ der Firmenname, der für das o. a. Projekt/Vorhaben/Produkt zugewendete Betrag sowie der Zuwendungszweck im Bericht über die Sponsoringleistungen an die Landesverwaltung in Hessen veröffentlicht werden darf.

Unterschrift