

Schulsponsoring

Konzepte – Rechtsaspekte – Chancen - Gefahren

**Fachkongress zum Projekt „Zukunft fördern. Vertiefte Berufsorientierung gestalten“ –
Dialog 5 „Berufsorientierungscamps – Neue Wege der Berufsorientierung“**

Düsseldorf, den 15.11.2008

Helmut Schorlemmer PGU – Schulsponsoringberater NRW

Schulsponsoring

- Definition und Sachklärung
- Konzeptionelle Bausteine für Schulen
- Schulrecht/Steuerrecht
- Fazit

Informationen stehen zum Download bereit unter:

www.partner-fuer-schule.nrw.de/Sponsoring.php

www.verbraucherbildung.de

www.bildungsportal.nrw.de

Förderung von Schulen

Mäzenatische Förderung/Spende

- ⇒ Geldzuwendungen
- ⇒ Sachzuwendungen
- ⇒ Dienstleistungen (ohne Gegenleistung und Werbewirkung = Spende)

Sponsoring

- ⇒ Geldzuwendungen
- ⇒ Sachzuwendungen
- ⇒ Dienstleistungen (mit Gegenleistung und Werbewirkung)

Ein Mäzen handelt aus uneigennütigen Motiven, ein Sponsor erwartet eine Gegenleistung.

Sponsoring besteht aus dem Prinzip „Förderung gegen *Imagewerbung* in der Öffentlichkeit“.

Sponsoring ist kein Allheilmittel für finanzknappe Schulen, sondern ein Zusatz an finanziellen, sachlichen oder personellen Ressourcen, um Schulentwicklung wirksamer und reichhaltiger zu betreiben.

Bausteine des Schulsponsorings

- | | |
|----------------------|---------------------------------------|
| 1. Marketing: | Die Schule ist Anbieter |
| 2. Bestandsaufnahme: | Ermittlung des spezifischen Bedarfs |
| 3. Legitimation: | Einbindung der Entscheidungsgremien |
| 4. Strategie: | Erstellung eines schlüssigen Konzepts |
| 5. Management: | Sicherung personeller Ressourcen |
| 6. Budgetierung: | Kooperation mit dem Schulträger |
| 7. Akquisition: | Kontakte mit Sponsoren |

Welchen Auftrag hat die Schule?

Wie bekomme ich einen Sponsor?

Sponsoring bedeutet Beziehungsarbeit

Möglichkeiten der Kontaktaufnahme:

1. Umfrage unter Kolleginnen und Kollegen und den Eltern
2. Nutzung der privaten Kontakte in Vereinen und Institutionen
3. Persönliche Kontakte der Schulleitung
4. Gestaltung eine Tages der offenen Tür für Sponsoren
5. Nutzung bestehender Kontakte/Projekte
6. Rasterung des Firmenumfeldes

Grundsätzlich hilfreich:

Eine tragfähige Öffentlichkeitsarbeit

Sponsoringbeispiele

Sponsoren

- ⇒ rüsten eine Schule mit Computern aus
- ⇒ entwickeln eine Software zur Steuerung des schulinternen Netzes
- ⇒ ermöglichen Kolleginnen und Kollegen Fortbildungen
- ⇒ stellen ihre Labors für naturwissenschaftlichen Unterricht zur Verfügung
- ⇒ stehen als Experten für bestimmte Fächer zur Verfügung
- ⇒ finanzieren Kulissen für die Theater-AG / ein Schauspieltraining
- ⇒ finanzieren Streitschlichtungskurse für Schülerinnen und Schüler

Schul sponsoring

Rechtsfragen

- Schulrecht
- Rechtsverhältnis Schule-Schulträger (Schule als nicht rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts)
- Steuerrecht (Sponsoring-Erlass des BMF vom 18.02.1998)
- Wettbewerbsrecht (Chancengleichheit der Unternehmen; Transparenz bei Auswahlentscheidung)
- Dienstrecht (z. B. Vorschriften zur Korruptionsverhinderung/Vorteilsannahme)
- Datenschutz

Schulrecht

§ 95 Schulgesetz NRW

Bewirtschaftung von Schulmitteln

Die eigenverantwortliche Bewirtschaftung von Sachmitteln durch die Schulen richtet sich nach den für den Schulträger geltenden haushalts- und kassenrechtlichen Regelungen. Insoweit können Schulträger die Schulleiterin oder den Schulleiter ermächtigen, im Rahmen der von der Schule zu bewirtschaftenden Haushaltsmittel Rechtsgeschäfte mit Wirkung für den Schulträger abzuschließen und für diesen Verpflichtungen einzugehen.

Schulträger können zur Erleichterung der Mittelbewirtschaftung durch die Schulen Schulgirokonten einrichten. Diesen Konten können auch zusätzliche eigene Einnahmen der Schulen zugeführt werden.

Schulrecht

§ 99 Schulgesetz NRW

Sponsoring, Werbung

Schulen dürfen zur Erfüllung ihrer Aufgaben für den Schulträger Zuwendungen von Dritten entgegennehmen, auf deren Leistungen in geeigneter Weise hinweisen (Sponsoring), wenn diese Hinweise mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule vereinbar sind und die Werbewirkung deutlich hinter den schulischen Nutzen zurücktritt. Die Entscheidung trifft die Schulleiterin oder der Schulleiter mit Zustimmung der Schulkonferenz und des Schulträgers.

Im Übrigen ist Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, in der Schule grundsätzlich unzulässig. Über Ausnahmen entscheidet das Ministerium.

§ 98 Abs. 2 gilt entsprechend.

Schul sponsoring

Steuerrecht (Auszüge aus dem Erlass des BMF)

Die Seite des Gesponsorten

„Danach liegt kein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vor, wenn die steuerbegünstigte Körperschaft dem Sponsor nur die Nutzung ihres Namens zu Werbezwecken in der Weise gestattet, dass der Sponsor selbst zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an die Körperschaft hinweist.

Ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt auch dann nicht vor, wenn der Empfänger der Leistungen 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, erfolgen.

Ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt dagegen vor, wenn die Körperschaft an den Werbemaßnahmen mitwirkt.

Sponsoring und Schulentwicklung

Chancen

- ⇒ Aus Sicht der Schule bietet Sponsoring die Möglichkeit, angesichts knapper Finanzen zusätzliche finanzielle, sachliche, personelle Ressourcen zu erschließen.
- ⇒ Projekte und Innovationen können realisiert werden, die ansonsten nicht hätten verwirklicht werden können.
- ⇒ Der Gewinn für die Schule, den Unterricht, die Qualität von Lernprozessen verbindet sich mit den Begriffen „Angebotserweiterung“, „Lebensnahes Lernen“, „Flexibilität“, „Professionalisierung“, „Transfer von Know-How“

Welchen Auftrag hat die Schule?

Sponsoring und Schulentwicklung

Gefahren

- ⇒ Die werbenden Hinweise dürfen den allgemeinen Bildungs- und Erziehungszielen nicht entgegenstehen (z. B. Alkohol- und Tabakwerbung sind untersagt).
- ⇒ Die Schule ist zur Unparteilichkeit gegenüber Lernenden verpflichtet und muss Toleranz und weltanschauliche Neutralität üben.
- ⇒ Es darf keine Beeinträchtigung des Unterrichts- oder Schulbetriebes erfolgen.
- ⇒ Eine Einbindung von Schülerinnen und Schülern und Lehrkräften der Schule in Werbeaktionen sowie Einflussnahme des Sponsors auf Unterrichtsinhalte oder organisatorische Bereiche sind unzulässig.

Welchen Auftrag hat die Schule?

**Herzlichen
Dank**