

## Grundsätze für die Werbung und das Sponsoring

Der Schulvorstand der Albert-Schweitzer-Schule Wunstorf hat gemäß § 38 a III Nr. 12 c) NSchG die nachfolgenden Grundsätze für die Werbung und das Sponsoring beschlossen. Sie sollen die bestehenden Rechts- und Verwaltungsvorschriften ergänzen und eine Orientierung für die Ausübung des der Albert-Schweitzer-Schule im Rahmen ihrer Eigenverantwortlichkeit zustehenden Handlungsspielraums bieten:

1. Ein Sponsoring liegt vor, wenn ein Dritter (Sponsor) gegenüber der Schule eine Geld-, Sach- oder Dienstleistung erbringt, ohne dass dieser Leistung eine angemessene Gegenleistung gegenübersteht. Für die Annahme von Spenden/Schenkungen, also Leistungen Dritter ohne jede Gegenleistung, gelten diese Grundsätze entsprechend.
2. Dritte in diesem Sinne sind natürliche oder juristische Personen, die außerhalb der öffentlichen Verwaltung stehen. Hierzu zählen insbesondere Unternehmen, die mit dem Sponsoring Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgen, nicht aber Sparkassen oder kommunale Unternehmen/Einrichtungen. Bei Leistungen des Fördervereins der Albert-Schweitzer-Schule ist dessen besondere Aufgabenstellung zu berücksichtigen.
3. Die Regelungen für öffentliche Aufträge bleiben unberührt.
4. Die Albert-Schweitzer-Schule wird sich aktiv um das Einwerben von Sponsorenleistungen bemühen. In die Akquise kann sie auch geeignete schulfremde Personen einbinden. Die Entscheidung trifft die Schulleiterin/der Schulleiter im Benehmen mit dem Schulvorstand.
5. Zuständig für die Entscheidung über die Entgegennahme einer Sponsoringleistung ist die Schulleiterin/der Schulleiter. Der Schulvorstand ist in regelmäßigen Abständen von der Schulleiterin/dem Schulleiter über die Sponsoringangebote und die für deren Annahme oder Ablehnung maßgeblichen Gründe zu unterrichten. In Zweifelsfällen soll der Schulvorstand vor der Entscheidung der Schulleiterin/des Schulleiters konsultiert werden.
6. Bei angenommenen Sponsoringleistungen hat die Schulleiterin/der Schulleiter für eine angemessene Dokumentation und Transparenz Sorge zu tragen. Dazu ist in der Regel eine Vereinbarung mit dem Sponsor abzuschließen. Soweit diese unzweckmäßig ist, weil z.B. der Wert der Sponsoringleistung zu dem für den Abschluss einer Sponsoringvereinbarung entstehenden Verwaltungsaufwand in keinem vertretbaren Verhältnis stünde, hat die Schulleiterin/der Schulleiter auf andere Art und Weise für eine angemessene Dokumentation und Transparenz zu sorgen. Dies kann z. B. durch einen Briefwechsel mit dem Sponsor oder einen Aktenvermerk erfolgen. Dabei müssen der Sponsor, die Leistung, die Gegenleistung und die Verwendung der Sponsoringleistung nachvollziehbar sein.
7. Wenn durch die Entgegennahme einer Sponsoringleistung Belange des Schulträgers (z.B. Inventarisierung oder Folgekosten) oder des Landes berührt werden könnten, ist von der Schulleiterin/dem Schulleiter vor der Entscheidung die Zustimmung des Schulträgers bzw. der Landesschulbehörde einzuholen.

8. Bei der Vereinnahmung und Verausgabung von Geldleistungen sind die haushaltsrechtlichen Bestimmungen zu beachten.
9. Übersteigen Sponsoringleistungen einen Wert von 1.000 € im Einzelfall, müssen diese von der Schulleiterin/dem Schulleiter dem Niedersächsischen Kultusministerium zum Zwecke der listenmäßigen Veröffentlichung auf dem Dienstweg angezeigt werden. Aus der Anzeige muss hervorgehen: der Name des Sponsors, der Wert der gesponsorten Leistung und die Verwendung der Leistung. Der Sponsor ist auf die Veröffentlichung und deren Mindestangaben hinzuweisen.
10. Die Annahme eines Sponsoringangebotes ist ausgeschlossen, wenn ein wichtiger Grund, der in der Person des Sponsors liegt, gegen eine Zusammenarbeit spricht.
11. Soweit die von der Schule zu erbringende Gegenleistung in einer Werbung für den Sponsor oder eine andere Person besteht, unterliegt diese insbesondere den folgenden Einschränkungen:
  - Art und Umfang der Werbung dürfen weder dem gesetzlichen Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule noch dem Schulprogramm widersprechen.
  - Der Werbeeinfluss muss gegenüber dem Beitrag zum Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule deutlich im Hintergrund stehen.
  - Eine Einflussnahme des Sponsors auf organisatorische, pädagogische, didaktische Inhalte muss erkennbar ausgeschlossen sein.
  - Weltanschauliche Neutralität und Toleranz müssen gewährleistet sein.
  - Direkte Produktwerbung zugunsten eines Unternehmers ist ausgeschlossen. Eine Nennung des Namens des Sponsors und der Art und Höhe der Sponsoringleistung sind ebenso möglich wie das Zeigen seines Logos/Emblems. Sind bei Sachleistungen die zugewendeten Sachen mit einem Logo/Emblem des Sponsors versehen, muss deren Größe in einem vertretbaren Verhältnis zur Größe dieser Gegenstände stehen.
  - Tabak- und Alkoholwerbung sind ausgeschlossen.
  - Unterricht und Schulbetrieb dürfen durch Werbemaßnahmen nicht beeinträchtigt werden.
  - Eine aktive Werbung von Schülerinnen, Schülern, Lehrkräften und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für einen bestimmten Sponsor ist ausgeschlossen. Ausgenommen hiervon ist bei Sachleistungen die reine Benutzung zugewendeter Gegenstände. Ausgenommen ist des Weiteren eine maßvolle Öffentlichkeitsarbeit der Schule.
  - Eine Abhängigkeit der Schule vom Sponsor muss ausgeschlossen sein.
  - Die Sponsorenleistung darf nicht nur für eine bestimmte Person oder eine bestimmte Personengruppe erbracht werden. Die Erbringung der Sponsorenleistung für eine nur nach allgemeinen Merkmalen bestimmte Personengruppe ist zulässig.
  - Liegen mehrere Sponsoringangebote vor, so müssen bei einer notwendig werdenden Auswahlentscheidung die Kriterien der Neutralität und Chancengleichheit beachtet werden.