

Richtlinien über die Mitfinanzierung von Aufgaben der Stadt Zug durch Sponsoring (Sponsoringrichtlinien)

vom 26. Mai 2015

Der Stadtrat von Zug,

gestützt auf § 27 Abs. 1 sowie § 27 Abs. 2 Bst. d der Gemeindeordnung der Stadt Zug vom 1. Februar 2005¹,

beschliesst:

1. Begriff

- 1.1 Als Sponsoring im Sinne dieser Richtlinien gilt die freiwillige Zuwendung von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch Dritte (private Sponsoren) an die Stadt Zug oder an eine von deren Verwaltungseinheiten oder Einrichtungen, mit welcher ein werbe- oder sonst öffentlichkeitswirksamer Nutzen angestrebt wird.
- 1.2 Die Sponsoringaktivitäten können einmaliger oder wiederkehrender Natur sein oder ein Dauerverhältnis umfassen.
- 1.3 Nicht als Sponsoring gelten Gönnerbeiträge, Schenkungen, Legate und Spenden, die ausgerichtet werden ohne jegliche Gegenleistung seitens der Stadt Zug.

2. Grundsatz

- 2.1 Die Stadt Zug finanziert ihre öffentlichen Aufgaben grundsätzlich durch ordentliche Haushaltsmittel (Steuern, Gebühren, Beiträge).
- 2.2 Sponsoring kann eingesetzt werden zur ergänzenden Finanzierung von städtischen Aktivitäten namentlich in den Bereichen Kultur, Sport, Gesundheit, Umweltschutz, Freizeit, Gestaltung des öffentlichen Raumes und Bildung.

3. Gegenleistungen der Stadt Zug

- 3.1 Als Gegenleistung der Stadt Zug darf die schriftliche und/oder mündliche Nennung der Sponsorin oder des Sponsors in angemessenem Rahmen vereinbart werden.
- 3.2 Als Nebenleistungen fallen überdies in Betracht: Einladungen an gesponserte Veranstaltungen sowie die Abgabe von verbilligten Eintritten.
- 3.3 Zulasten der Stadt Zug dürfen keine weitergehenden Verpflichtungen begründet oder Erwartungen geweckt werden.
- 3.4 Werbung für Produkte oder Dienstleistungen der Sponsorin oder des Sponsors ist ausgeschlossen.

¹ Amtliche Sammlung der Ratsbeschlüsse der Stadt Zug, Band 11, S. 151

4. Schranken

- 4.1 Sponsoring darf die rechtmässige und unabhängige Aufgabenerfüllung der Stadt Zug sowie diejenige von deren Verwaltungseinheiten und Einrichtungen nicht beeinträchtigen.
- 4.2 Ebenso wenig darf der Anschein erweckt werden, durch Sponsoring könnte die rechtmässige und unabhängige Aufgabenerfüllung der Stadt Zug sowie diejenige von deren Verwaltungseinheiten und Einrichtungen gefährdet werden.
- 4.3 Sponsoring darf den strategischen Zielen sowie den Verwaltungsleitsätzen der Stadt Zug nicht zuwiderlaufen.
- 4.4 Sponsoring darf die Integrität und das Ansehen der Stadt Zug nicht beeinträchtigen.

5. Entscheid des Stadtrates

- 5.1 Jede einzelne Sponsoringaktivität muss vom Stadtrat bewilligt werden. Der Stadtrat legt die Rahmenbedingungen des Sponsorings fest und genehmigt die Sponsoringvereinbarung.
- 5.2 Die Wahl einer Sponsoringpartnerin oder eines Sponsoringpartners muss auf sachgerechten, nachvollziehbaren Erwägungen beruhen. Als Massstab für die Wahl können gelten die individuelle Eignung, die finanzielle Leistungsfähigkeit, die Geschäftspraktiken und -grundsätze, die Kunden- und Medienprofile sowie die Verbundenheit mit der Stadt Zug oder einem bestimmten Förderungsbereich oder -zweck.
- 5.3 Für jedes Sponsoring mit einer Sponsoringleistung im Wert von über CHF 5'000.00 schliesst der Stadtrat eine schriftliche Sponsoringvereinbarung ab. Darin wird festgehalten, welche Aktivität gefördert werden soll, welche Leistungen die Sponsorin bzw. der Sponsor erbringt und welche Verpflichtungen die Stadt Zug übernimmt.
- 5.4 Nach Abschluss der Sponsoringaktivität ist dem Stadtrat Bericht zu erstatten.

6. Finanzielles

- 6.1 Bei der Ausgabenbewilligung für Vorhaben, welche mittels Sponsoringbeiträgen mitfinanziert werden, gilt das Bruttoprinzip.
- 6.2 Sponsoring ist nur zulässig, wenn die Finanzierung der Folgekosten gesichert ist. Für jedes mit Sponsoringleistungen geförderte Projekt ist eine Folgekostenrechnung zu erstellen.
- 6.3 Einnahmen aus Sponsoring sind bei der Abrechnung über das Vorhaben offen auszuweisen.

Zug, 26. Mai 2015

Stadtrat von Zug

Dolfi Müller

Stadtpräsident

Martin Würmli

Stadtschreiber