

### Hinweise

### Sponsoring

---

Sponsoring bedeutet die teilweise oder vollständige Finanzierung einer Veranstaltung oder eines Projekts durch Dritte in einem auf Leistung und Gegenleistung (Werbeauftritte) basierendem Verhältnis. Als Sponsoren in Frage kommen juristische und natürliche Personen. Die Unterstützung der Privaten besteht aus Finanzbeiträgen, Dienst- und/oder Sachleistungen.

Als Sponsoren in Frage kommen juristische und natürliche Personen mit Ausnahme von:

- Unternehmen aus den Branchen Tabak, Alkohol, Arzneimittel sowie Sex, Erotik und Pornographie
- Politische Parteien
- Gruppen mit rassistischem oder gewalttätigem Hintergrund
- Religiöse Gemeinschaften
- Sekten oder sektenähnliche Organisationen

Grundsätzlich ist die Finanzierung der Mittelschulen von Gesetzes wegen Aufgabe des Kantons. Sponsoring ist jedoch unter Einhaltung gewisser Rahmenbedingungen zulässig und kann die Realisierungschance klar definierter Einzelprojekte und Veranstaltungen erhöhen. Grundsätzlich ist das Sponsoring projektbezogen und soll vor allem dazu dienen, spezielle Aktivitäten, wie beispielsweise Sportanlässe, Reisen oder Exkursionen zu unterstützen. Teilweise werden durch das Sponsoring auch einmalige Anschaffungen finanziert, welche sich die Schule sonst nicht leisten könnte.

Sponsoring darf jedoch nie als zentrales Mittel für die Existenzsicherung einer Schule dienen. So dürfen weder Schulhausbauten noch allgemeine Personalkosten oder zentrale Einrichtungen von externen Dritten finanziert werden.

Die Kompetenz zum Abschluss von Sponsoringverträgen liegt bei der Schulleitung. Dabei ist sicherzustellen, dass bei den geplanten Mittelflüssen die finanz- und organisationsrechtlichen Bestimmungen eingehalten werden und dass die geplanten Aktivitäten den öffentlichen Bildungsauftrag nicht negativ beeinflussen. Das Sponsoring geschieht oft mit dem Ziel, das Image zu verbessern oder/und die Schülerinnen und Schüler direkt oder indirekt zu beeinflussen. Die Beeinflussung, welche sich im Rahmen der Interessen der Gesellschaft befindet, ist unproblematisch. Heikel ist es jedoch, wenn die Schülerinnen und Schüler einseitig beeinflusst werden und zum Beispiel nur die Vorteile aufgezeigt, die Nachteile hingegen vorenthalten werden.

Die Genehmigung des Sponsorings durch die Schulleitung erfolgt aufgrund eines Rahmenkonzeptes des Projekts/der Veranstaltung, aus dem die Sponsoringmassnahmen ersichtlich sind. Nach der Genehmigung des Rahmenkonzeptes, ist der Schulleitung im Rahmen einer Feinplanung ein Veranstaltungs- resp. Projektbudget zur Genehmigung vorzulegen. Bei Abschluss des Projekts/der Veranstaltung wird der Schulleitung eine vollständige, transparente Abrechnung vorgelegt.

---

## Allgemeine Hinweise für Sponsoring im Schulbereich:

1. Das Sponsoring soll projektbezogen sein.
2. Das Sponsoring muss die Lehr- und Methodenfreiheit respektieren und darf dem Leitbild der Schule nicht widersprechen. Die Vereinbarkeit mit dem Bildungsauftrag der Schule muss gewährleistet sein.
3. Durch das Sponsoring darf die Schule nicht in Abhängigkeit vom Sponsoren gelangen (insbesondere ist beim Sponsoring von Sachgütern auf die Vermeidung von Abhängigkeiten von einzelnen Herstellern oder Lieferanten zu achten).
4. Die Gestaltung der Werbung darf nicht massiv in das Erscheinungsbild der Schule eingreifen (der Werbeauftritt des Sponsors soll so diskret wie möglich sein).
5. Das Image der Schule darf durch Sponsoring nicht gefährdet werden. Die Werbung darf in keinerlei Hinsicht diskriminierend sein und die politische und konfessionelle Neutralität muss gewahrt bleiben.
6. Die Person und die Tätigkeit des Sponsors sind auf ihr Handeln nach ethischen Grundsätzen und auf rechtliche Gewähr zu überprüfen.
7. Die Persönlichkeitsrechte der Schülerinnen und Schüler müssen respektiert werden.
8. Niemand darf verpflichtet werden, an Sponsoringaktivitäten teilzunehmen.
9. Der Schulbetrieb darf nicht beeinträchtigt werden.
10. Die gegenseitigen Verpflichtungen sind schriftlich festzulegen und die Verträge müssen innert angemessener Frist kündbar sein.
11. Bei allfälligen Überschüssen entscheiden die Projektverantwortlichen in Absprache mit der Schulleitung, für welche anderen schulischen Projekte das Geld verwendet wird.
12. Die finanziellen Vorgänge sind in Voranschlag und Jahresrechnung vollständig auszuweisen.

---

## Rechtsgrundlage:

Bundesverfassung der schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999, SR 101; abgekürzt BV

---

## Quellen:

- Süsses Gift Sponsoring, S. 8 ff., in: Bildung Schweiz, Zeitschrift des LCH, Nr. 1, 2000
- ilz Fokus Nr. 2; September 2014; Sponsoring und Werbung in Lehrmitteln der Volksschule
- Leitlinien der Bildungs-, Kultur- und Sportdirektion des Kantons Basel-Landschaft; abgerufen unter <https://www.baselland.ch/sponsoring-htm.273927.0.html> (14. Juli 2015)