

Piątek, 11 lipca 2003

**Część urzędowa – Biuletyn Federalny nr 126  
strona 14906**

**Federalne Ministerstwo  
Spraw Wewnętrznych**

**Ogólny przepis administracyjny na  
temat wspierania działania Federacji  
przez osoby prywatne (Sponsoring i  
inne rodzaje darowizn)**

**z 7 lipca 2003 r.**

Zgodnie z art. 86 zdanie 1 Ustawy Zasadniczej wydaje się następujący przepis administracyjny:

**1 Zakres działania, definicja pojęć**

Przepis ten znajduje zastosowanie w przypadku przekazywania darowizn pieniężnych, rzeczowych lub usług przez osoby prywatne (sponsorów) jednemu lub więcej urzędom federalnemu (sponsorowani), którymi sponsor wspiera działanie administracji po to, aby uzyskać w ten sposób korzyść w postaci reklamy lub innego efektu publicznego (sponsoring). Działaniami w rozumieniu niniejszego przepisu administracyjnego są takie działania, które urzędy wykonują w ramach swych obowiązków publicznych, jak i w ramach autoprezentacji. Jako urzędy federalne rozumie się najwyższe instytucje federalne, instytucje bezpośredniej i pośredniej administracji federalnej oraz

sądy federalne. Przepisy te mają także zastosowanie do sił zbrojnych.

Ze sponsoringiem nie mamy zatem do czynienia w sytuacji, gdy osoba prywatna i urząd uzgodnią podział kosztów jakiegoś przedsięwzięcia, którego realizacja leży w ich wspólnym interesie.

Poniższe regulacje dotyczą odpowiednio nieodpłatnego wsparcia (w szczególności w postaci prezentów i darowizn) administracji federalnej przez osoby prywatne.

**2 Cel przepisu administracyjnego**

Sponsoring w odpowiednich sytuacjach sprzyja osiągnięciu celów przez administrację. Jednocześnie administracja publiczna, aby zapewnić integralność i neutralność Państwa, musi unikać jakiegokolwiek wrażenia, że ulega wpływom z zewnątrz. Dlatego administracja publiczna może korzystać ze sponsoringu wyłącznie w zgodzie z poniższymi regułami.

**3 Zasady**

W przypadku decyzji o przyjęciu sponsoringu należy stosować się do następujących zasad:

**3.1.** Zadania publiczne należy z zasady wykonywać ze środków budżetowych. Sponsoring jest zatem w takich przypadkach dozwolony tylko w ramach

uzupełnienia i tylko pod warunkami wymienionymi w punktach 3.2. do 3.4.

**3.2.** Decyzje w sprawie starań o sponsoring i jego przyjmowanie muszą być zasadniczo podejmowane bardzo restrykcyjnie.

**3.2.1.** W administracji podejmującej działania bezpośrednio sponsoring jest zasadniczo niedopuszczalny (jak w przypadku bezpośredniego lub pośredniego wsparcia suwerennych zadań policji, urzędów finansowych i celnych Federacji, np. przez pomoc rzeczową). Poza administracją podejmującą działania bezpośrednio (np. przy finansowaniu działań *public relations* policji, o ile nie mają one wpływu na działania bezpośrednio) sponsoring jest w wyjątkowych przypadkach dozwolony.

**3.2.2.** Poza administracją podejmującą działania bezpośrednio, np. w takich dziedzinach, jak kultura, sport, zdrowie, ochrona środowiska, szkolnictwo, nauka, wspieranie eksportu oraz praca medialna w kraju i za granicą, a także podczas imprez reprezentacyjnych rządu federalnego sponsoring jest dopuszczalny, jeżeli wykluczony jest jego wpływ na wykonywanie zadań przez administrację ani nawet nie powstaje wrażenie, że taki wpływ jest wywierany.

**3.3.** Przyjęcie sponsoringu oferowanego z zewnątrz bądź będącego wynikiem starań wymaga pisemnej zgody najwyższego urzędu zwierzchniego. Urząd ten może delegować tę kompetencję. Jeżeli sponsoring ma dotyczyć urzędu, na który delegowano kompetencję do podejmowania decyzji w sprawie sponsoringu, to może go przyjąć dopiero po uzyskaniu zgody wyższej jednostki, o ile nie został przez nią upoważniony do samodzielnego podejmowania ostatecznej decyzji. W każdym z najwyższych urzędów federalnych należy wyznaczyć biuro do spraw sponsoringu (pełnomocnika do

spraw sponsoringu), które należy włączać do wszystkich spraw związanych ze sponsoringiem i które blisko współpracuje z osobą pierwszego kontaktu ds. prewencji antykorupcyjnej. Jeśli przewiduje się podjęcie starań o sponsoring, to przed podjęciem konkretnych ustaleń z możliwymi sponsorami należy otrzymać decyzję osoby kierującej danym urzędem. Ta natomiast o sprawach określonych przez najwyższy urząd federalny informuje pełnomocnika ds. sponsoringu. Wewnątrz najwyższych urzędów federalnych ich szefowie mogą delegować kompetencje do podejmowania decyzji w sprawie sponsoringu zgodnie ze zdaniem 5.

**3.4.** Jeżeli w danej dziedzinie w sponsoring jest dozwolony w pojedynczych przypadkach, to dla udzielenia nań zgody konieczne jest spełnienie następujących warunków:

- a) O sponsoringu należy poinformować opinię publiczną. Zakres i sposób sponsorowania jak również tożsamość sponsorów muszą być – w celu uniknięcia jakiegokolwiek wrażenia stronniczości administracji publicznej – transparentne dla każdego działania sponsorskiego. Transparentność oznacza, że
  - wpłaty finansowe ze sponsoringu są księgowane wraz z odpowiednimi tytułami kont w celu umożliwienia kontroli *ex post*.
  - korzyści finansowe, rzeczowe i usługowe ze sponsoringu należy publikować w dwuletnim raporcie Ministerstwa Spraw Wewnętrznych. W raporcie tym korzyści ze sponsoringu w wysokości do 5.000 € można zapisywać bez rozbijania na poszczególne działania.
- b) Każdą decyzję należy podejmować na podstawie zrozumiałych kryteriów. Należy zapewnić równość konkurencji i szans potencjalnych

sponsorów. Decyzje o wyborze sponsora muszą być obiektywne i neutralne i opierać się na rzeczowych i zrozumiałych kryteriach. Podstawą decyzji mogą być: osobista wiarygodność, możliwości finansowe, praktyka i zasady prowadzenia działalności gospodarczej, ukierunkowanie na dany profil klienta oraz wizerunek medialny sponsora.

- c) Wszystkie uzgodnienia sponsorskie należy dokumentować. Należy przy tym zapisywać, jaka działalność jest wspierana, co konkretnie wniesie sponsor i jakie zobowiązanie przejmie urząd.

Jedynym zobowiązaniem urzędu może być prezentacja sponsora, w szczególności ustne lub pisemne podanie jego nazwy, firmy i marki oraz prezentacja jego logo i innych znaków w ramach imprezy. Wykluczone są uzgodnienia sprzęgające usługę sponsora z usługą urzędu.

- d) W przypadku przyjmowania korzyści od sponsora nie wolno podejmować żadnych zobowiązań ani budzić jakichkolwiek oczekiwań, które wykraczają poza treść ustaleń.
- e) Z wyjątkiem zobowiązań wymienionych pod lit. c urząd nie może publicznie zalecać ani sponsora, ani jego produktów. Wyjątek stanowią działania wspierające eksport.
- f) Jeżeli zleceniobiorcy urzędu są brani pod uwagę jako sponsorzy, to należy zadbać o to, by zgodnie z lit. b w postępowaniu mogli z równymi szansami wziąć udział ich konkurencji. Przez fakt przyjęcia

sponsoringu nie mogą powstać żadne powiązania, które ograniczą lub wyłączą publiczną konkurencję.

- g) Przed przyjęciem korzyści ze sponsoringu należy zapewnić, aby ewentualne wydatki z tym związane (np. koszty utrzymania samochodu, opłaty za użytkowanie telewizora, koszty funkcjonowania itp.) miały pokrycie w budżecie instytucji.
- h) Przykłady dozwolonego sponsoringu podano w załączniku do tego przepisu.

#### **4 Ustalenia końcowe**

Najwyższe urzędy federalne mogą podjąć decyzję uzupełniającą ten przepis, w szczególności wprowadzić dalsze ograniczenia możliwości przyjmowania sponsoringu. Ograniczenia już istniejące nie mogą być zmniejszane.

#### **5 Wejście w życie**

Ten ogólny przepis administracyjny wchodzi w życie z dniem jego opublikowania w Biuletynie Federalnym. Uzupełnia on punkt 18 Dyrektywy Rządu Federalnego w sprawie prewencji antykorupcyjnej w administracji federalnej z 17 czerwca 1998 (BAnz. str. 9665).

Berlin, dnia 7 lipca 2003 r.

O 4 – 634 140-1/7

Kanclerz Federalny  
Gerhard S c h r ö d e r

Minister Spraw Wewnętrznych  
S c h i l y



### **Przykłady dopuszczalnego sponsoringu**

- imprezy w ramach *public relations*
- Współpraca w ramach *public relations* za granicą przy imprezach, których współorganizatorami są przedstawicielstwa rządu za granicą
- organizacja targów na rzecz wspierania niemieckiego eksportu i poszczególnych branż w kraju i za granicą
- organizacja imprez w Niemczech i za granicą promujących Niemcy jako lokalizację inwestycji
- organizacja imprez w ramach krajowej i zagranicznej polityki w dziedzinach sportu, kultury i szkolnictwa
- organizacja imprez i działań na rzecz wspierania ogólnej świadomości ekologicznej
- ochrona zdrowia
- inne imprezy reprezentacyjne
- imprezy reprezentacyjne kreujące wizerunek Republiki Federalnej Niemiec za granicą
- współpraca z prasą przy ważnych imprezach w kraju i za granicą
- opieka nad delegacjami i prasą w ramach dużych imprez w kraju i za granicą
- wspieranie reprezentacji Bundeswehry w kraju i za granicą
- pomoc bibliotekom i mediotekom w celu uzupełnienia ich służbowej oferty
- pełne lub częściowe przejęcie kosztów produkcji materiałów prezentacyjnych, informacji fachowych na różnych nośnikach (np. druk protokołów z posiedzeń i broszur informacyjnych, produkcja płyt kompaktowych itp.)
- pełne lub częściowe sfinansowanie sprzętu przez organizację pozarządową