



Stadtwerke  
Köln GmbH

## Compliance-Richtlinie „Spenden und Sponsoring bei der **Stadtwerke Köln GmbH**“

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet.

### Präambel

Mit finanziellen und sachlichen Spenden- und Sponsoringleistungen unterstützt die Stadtwerke Köln GmbH (nachfolgend: „das Unternehmen“) kulturelle, soziale, wissenschaftliche, technische und ökologische Institutionen, Organisationen und Vorhaben in Köln und der rheinischen Region. Mit solchen Leistungen wird das Unternehmen im öffentlichen Raum wahrnehmbar; dabei soll ihr Verhalten transparent und nachvollziehbar sein.

Im Rahmen seiner Compliance-Organisation mit dem Ziel einer an das jeweilige geltende Recht gebundenen guten Unternehmensführung regelt das Unternehmen den Umgang mit Spenden sowie mit Sponsoring in der vorliegenden Richtlinie.

Die Richtlinie soll insbesondere dazu beitragen, für alle bei im Unternehmen arbeitenden Personen einen verlässlichen Orientierungsrahmen im Umgang mit Spenden und Sponsoring zu schaffen, Rechtsverstöße, auch unwissentliche, zu vermeiden und Ansehensverlusten in der Öffentlichkeit vorzubeugen.

### 1. Anwendungsbereich

Die Richtlinie gilt für Geld-, Sach- und Dienstleistungen, die das Unternehmen entweder ohne oder auf der Grundlage vereinbarter Gegenleistungen erbringt, die die eigenen sowie konzernbezogene Kommunikations-, Marketing- und Unternehmensziele unterstützen.

## **2. Begriffsdefinitionen**

*Spenden* sind Geld- oder Sachleistungen zur Förderung gemeinnütziger, steuerbegünstigter Belange, die ohne eine Gegenleistung seitens des Empfängers oder Dritter gewährt werden.

*Sponsoring* stellt ein vertragliches Austauschverhältnis des Unternehmens mit Personen, Personengruppen, Organisationen oder Unternehmen zu deren Unterstützung und Förderung dar. Dabei werden gegen ein vereinbartes Entgelt definierte Rechte eingeräumt oder Leistungen erbracht, die einen werblichen Charakter haben und die og. Ziele unterstützen.

### **Zielsetzung/Grundprinzipien**

Das Unternehmen verfolgt mit dieser Richtlinie für den Umgang mit Spenden und Sponsoring das Ziel,

- rechtlich missbilligtes und insbesondere strafrechtlich relevantes Verhalten – z.B. im Zusammenhang mit Korruption, Untreue und Steuervergehen - von Mitarbeitern oder Organen des Unternehmens oder von Dritten, mit denen das Unternehmen geschäftlich oder gesellschaftlich in Verbindung steht, zu vermeiden,
- einen festen Orientierungsrahmen für die Gewährung von Spenden und Sponsoringleistungen zu schaffen.

## **3. Grundsätze**

3.1 Spenden und Sponsoringmaßnahmen sind grundsätzlich zulässige Formen unternehmerischen Handelns. Hierüber kann die Öffentlichkeit durch das Unternehmen, den Spendenempfänger bzw. den Sponsoringpartner oder gemeinschaftlich durch die Beteiligten informiert werden. Die öffentliche Information bedarf jedoch der Abstimmung zwischen den Beteiligten und der Freigabe seitens der Unternehmensleitung.

3.2 Spenden und Sponsoringleistungen dürfen nur gewährt werden, wenn sie den Vorgaben und dem Handlungsrahmen dieser Richtlinie entsprechen und keinen Vorgaben der Unternehmensleitung oder in Kraft gesetzter Compliance-Regeln widersprechen.

- 3.3 Spenden werden nur solchen Organisationen gewährt, die nicht der freiheitlich-demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland entgegenstehen und von den zuständigen Finanzbehörden nachweislich als gemeinnützig anerkannt sind.
- 3.4 In der Regel erfolgen Spenden nicht zur Förderung staatspolitischer Zwecke (z. B. an politische Parteien). Ausnahmen davon, zum Beispiel zur Förderung kultureller, sozialer oder ökologischer Zwecke bedürfen der ausdrücklichen Zustimmung der Unternehmensleitung durch Beschluss.
- 3.5 Spenden erfolgen nicht im Zusammenhang mit Vergabeverfahren oder Beschaffungs- und Veräußerungsvorgängen.
- 3.6 Sponsoringleistungen werden nur solchen Personen, Organisationen oder Unternehmen gewährt, die der freiheitlich-demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland nicht entgegenstehen.
- 3.7 Sponsoringleistungen beruhen grundsätzlich auf schriftlichen Vereinbarungen zwischen den beteiligten Parteien. In der Regel dient dazu ein schriftlicher Sponsoringvertrag. Bei geringfügigen Vertragsleistungen (Anhaltswert: unter 10.000 Euro) kann dazu auch ein Schriftwechsel dienen (auch elektronisch).
- 3.8 In der Regel geht das Unternehmen nur Sponsoringvereinbarungen mit Rechtspersonen - Organisationen (Vereine, Verbände) oder Unternehmen - ein, nicht mit natürlichen Personen. Ausnahmen davon bedürfen ausdrücklich der Zustimmung der Geschäftsführung durch Beschluss. Selbiges gilt für Sponsoringvereinbarungen mit politischen Parteien oder staatlichen Einrichtungen der Exekutive, der Legislative oder der Jurisdiktion.
- 3.9 Sponsoringvereinbarungen mit der Stadt Köln oder einer ihrer Einrichtungen und Unternehmen oder mit einem Beteiligungsunternehmen der Stadtwerke Köln GmbH bedürfen einer besonderen, richtlinienkonformen Begründung.
- 3.10 Sponsoringleistungen können mit Personen, Organisationen und Unternehmen vereinbart werden, die kulturelle, soziale, wirtschaftsfördernde, ökologische oder brauchtumsfördernde Zwecke oder Vorhaben verfolgen und durch ihre speziellen Angebote und Leistungen die richtlinienkonformen Ziele des Unternehmens

unterstützen. Der geografische Focus liegt im Wirkungsbereich der Unternehmen des Stadtwerke Köln Konzerns

- 3.11 Das Unternehmen gewährt in der Regel keine Spenden oder Sponsoringleistungen an Personen, Organisationen oder Unternehmen, die bereits durch Stiftungen von Unternehmen des Konzerns gefördert werden.
- 3.12 Jede Sponsoringleistung und jede Spende des Unternehmens muss bezüglich ihres Zustandekommens, ihres Zwecks und ihres Umfangs von der Qualität sein, dass sie jederzeit öffentlich (vertreten) werden kann, ohne dass damit das Ansehen des Unternehmens oder des Konzerns in rechtlicher oder ethischer Hinsicht beschädigt werden kann.

## **4. Abläufe und Zuständigkeiten**

### **4.1 Eingang**

Spenden- und Sponsoringanfragen werden unternehmensweit in der Organisationseinheit SWK 40 erfasst, betreut und koordiniert.

Gelangen Spenden- und Sponsoringanfragen über andere Organisationseinheiten in das Unternehmen, werden sie nach dort zu Zwecken der selbständigen Weiterbearbeitung übersandt.

### **4.2 Prüfung**

Grundsätzlich sind solche Einrichtungen, Initiativen oder Projekte spendenzuwendungsfähig, die soziale, kulturelle oder ökologische Zwecke verfolgen, die auch vom Unternehmen oder von Unternehmen des Stadtwerke Köln Konzerns unterstützt werden. Voraussetzung dafür ist, dass die Einrichtung oder der Träger von Initiativen oder Projekten als gemeinnützig anerkannt ist und darüber einen Nachweis führen kann.

Spenden an Vereine werden insbesondere für Vereinsjubiläen in 25-Jahres-Schritten gewährt. Spenden zu solchen Anlässen liegen in der Regel in einer Größenordnung zwischen 500 und 2.500 Euro, je nach Alter, Mitgliederzahl, Jubiläumsaktivitäten. Für Träger außerordentlicher Projekte oder Initiativen gewährt das Unternehmen in besonderen, schriftlich zu begründenden Fällen auch größere Spendenbeträge.

Die Prüfung von Sponsoringanfragen erfolgt auf der Basis des gültigen, von der Geschäftsführung des Unternehmens durch Beschluss autorisierten Sponsoringkonzepts, das sich an den jeweils relevanten richtlinienkonformen Zielen des Unternehmens orientiert. Die Höhe des Sponsoringengagements bemisst sich an der Reichweite des Sponsoringpartners bzw. des Projektes, deren Alleinstellung sowie der Relevanz für die richtlinienkonformen Ziele des Unternehmens, der Unternehmen des Stadtwerke Köln Konzern und des Konzerns selbst..

#### **4.3 Entscheidungsfindung**

Spenden- und Sponsoringanfragen, die den beschriebenen Anforderungen genügen, werden auf Vorlage von SWK 40 in Sitzungen der Unternehmensleitung beraten und durch Beschluss entschieden. Für Spenden- oder Sponsoringvorlagen größer 10.000 Euro erstellt SWK 40 eine gesonderte Vorlage mit entsprechender Begründung.

#### **4.4 Zahlungsanweisung und Vertragsunterzeichnung**

Eine Zahlungsanweisung für Spenden oder Sponsorings erfolgt durch SWK 20 nach Vorlage der Vorstandsbeschlüsse bzw. gültiger Verträge.

Sponsoringverträge werden in der Regel von einem Mitglied der Geschäftsführung und dem Leiter und Prokuristen SWK 40 (oder bei Abwesenheit durch den Prokuristen der Abteilung SWK 30 oder SWK 20) unterzeichnet, soweit geltende Regelungen nicht andere Unterschriften vorsehen.

#### **4.5 Dokumentation**

SWK 40 dokumentiert Spenden- und Sponsoringanfragen über einen Zeitraum von mindestens fünf Jahren. Sponsoringverträge werden über einen Zeitraum von mindestens zehn Jahren nach Ablauf der Verträge dokumentiert und aufbewahrt.

#### **Inkraftsetzung**

Diese Richtlinie wurde durch Beschluss der Geschäftsführung vom 09.12.2013 in Kraft gesetzt. Sie gilt ausschließlich für SWK. Eine Änderung dieser Richtlinie ist nur durch Beschluss der Geschäftsführung möglich.