

Schulsponsoring heute:

Möglichkeiten und Grenzen für die Öffnung von Schule

**Praxisbeispiele, Richtlinien, juristische und steuerrechtliche Hinweise,
Umsetzungstipps**

Impressum

Mitglieder der Arbeitsgruppe »Schulsponsoring« des Ministeriums für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Eckard Buresch
Gesamtschule Hagen-Haspe

Peter Gnielczyk
Stiftung Verbraucherinstitut Berlin

Dr. Friedrich Haurert
Berater für Fundraising und Organisationsentwicklung, Berlin

Hans Knopff
Landesinstitut für Schule und Weiterbildung, Soest

Hermann Schaefer
Gemeinschaftshauptschule Niedersprockhövel

Helmut Schorlemmer
(Leitung der Arbeitsgruppe)
Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Ulrich von zur Gathen
Gemeinschaftsgrundschule Gieslenberg

Hartmut von Roden
Bezirksregierung Arnsberg

Heiner van Schwamen
Dietrich-Bonhoeffer-Gymnasium, Ratingen-West

Weitere Beiträge von

Paul Bischof
Landkreistag Nordrhein-Westfalen

Horst Eversberg
Finanzministerium Nordrhein-Westfalen

Claus Hamacher
Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen

Klaus Hebborn
Deutscher Städtetag, Köln/ Berlin

Hans-Theo Horn
Dezernent für Schule, Jugend und Kultur
der Stadt Mülheim an der Ruhr

Jörg Packwitz, Volkmar Kumpfert
Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Dr. Ingo van Lishaut
Finanzministerium Nordrhein-Westfalen

Andreas Stuhlmüller
Landesverband schulischer Fördervereine, Witten

Redaktion

Peter Gnielczyk
Hans Knopff
Helmut Schorlemmer

Herausgeber

Stiftung Verbraucherinstitut
Carnotstrasse 5
10587 Berlin
Fax 030/ 390086-27
E-mail mail@verbraucherinstitut.de
Internet www.verbraucherinstitut.de

Umschlaggestaltung
Lutz Köbele-Lipp · kubik, Berlin

Printed in Germany 1999 // Aktualisiert 2001
© *Stiftung Verbraucherinstitut Berlin*
ISBN 3-923798-80-6
Schutzgebühr DM 18,-

Vorwort	4
1. Unterstützung der schulischen Arbeit durch außerschulische Partner	5
1.1 Schule, Kommune und Wirtschaft als Partner – Öffnung von Schule und Schulentwicklung	5
1.2 Sponsoring in der Schule – Zur Rolle der Werbung im Schulbereich	8
2. Öffnung von Schule und Sponsoring in der Praxis - Wie geht das?	13
2.1 Was heißt Sponsoring? Was ist Fundraising?	13
2.2 Beispiele aus der Praxis	18
2.2.1 Grundschule	19
2.2.2 Gymnasium	28
2.2.3 Gesamtschule	41
2.2.4 Hauptschule	52
2.2.5 Schulverbund unter Einbeziehung von Realschulen, Sonderschulen und berufsbildenden Schulen	58
2.3 Wie bekomme ich einen Sponsor? - Schule als Partner	64
2.3.1 Sponsoringstrategie und Sponsoringmanagement	64
2.3.2 Konsensbildung in der Schule	69
2.3.3 Was haben Schulen als Sponsoringpartner zu bieten?	69
3. Öffnung von Schule und Sponsoring in der Praxis – Worauf es ankommt!	72
3.1 Die rechtliche Seite	72
3.1.1 Finanzpolitische Aspekte	72
3.1.2 Schule, Schulträger und die Vertragshoheit	73
3.1.3 Die Zusammenarbeit von Schule und Schulträger - Mittelverwaltung	74
3.1.4 Werbung in der Schule - Regelungen der Bundesländer	78
3.1.5 Der Förderverein hilft - Erläuterungen zur Rolle des Fördervereins	92
3.2 Die steuerrechtliche Seite	98
3.3 Schule selbstbewusst mitgestalten - vorhandene Freiräume nutzen	103
4. So geht's (los) – Der Werkzeugkasten	112
4.1 Verträge, Satzungen und Formulare	112
4.2 Abrufhilfen für Drittmittel	132
5. Anhang	135
5.1 Anschriften der Kultusministerien der Länder und der Landesinstitute	135
5.2 Der »Sponsoring-Erlass« des Bundesministeriums der Finanzen	139
6. Literatur	141