

3. ÖFFNUNG VON SCHULE UND SPONSORING IN DER PRAXIS – WORAUF ES ANKOMMT!

In diesem Kapitel werden zunächst die wesentlichen rechtlichen Aspekte des Problemfeldes entfaltet. Neben dem übergreifenden Beitrag der drei kommunalen Spitzenverbände in Nordrhein-Westfalen, dem deutschen Städtetag, dem Landkreistag Nordrhein-Westfalen und dem Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen schildern im Kapitel 3.1.3 zwei Schulträger, wie sie die Zusammenarbeit von

Schule, Schulträger und außerschulischen Partnern als Sponsoren für eine konstruktive Schulentwicklung geregelt haben. Kapitel 3.1.4 gibt einen Überblick über die Regelungen zum Werbeverbot und wirksamer Ausnahmen in allen Bundesländern auf dem Stand von 21. Dezember 1998. Kapitel 3.1.5 erläutert dann die spezielle Rolle des Fördervereins.

3.1 Die rechtliche Seite

Beitrag Seite 72-75
Paul Bischof, Landkreistag Nordrhein-Westfalen,
Claus Hamacher, Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen,
Klaus Hebborn, Deutscher Städtetag, Köln/Berlin

Um ein Sponsoringverfahren erfolgreich durchzuführen, bedarf es der Klärung so-

wohl der schulrechtlichen Vorgaben als auch der schul- und kommunalpolitischen Gegebenheiten, die es erst ermöglichen, den äußeren und inneren Rahmen der Aktivitäten zu bestimmen. Denn nicht alles, was gewünscht wird, ist rechtlich machbar und manches, was rechtlich möglich ist, ist politisch nicht erwünscht.

3.1.1 Finanzpolitische Aspekte

Vor dem Hintergrund der schwierigen Haushaltsituation von Bund, Ländern und Kommunen, aber auch im Hinblick auf die Entwicklung der Schulen zu mehr Selbstständigkeit und Eigenverantwortung gewinnt das Sponsoring im Schulbereich zunehmende Bedeutung. Seitens der Schulen bzw. Schulträger gibt es Bestrebungen, Drittmittel insbesondere zur Verbesserung der schulischen Zusatzausstattung bzw. der schulischen Arbeit insgesamt »einzuwerben«. Im Schulbereich setzt sich damit eine Entwicklung fort, die es in anderen Bereichen, z.B. in der Kultur, in dieser ausgeprägten Form bereits seit längerem gibt und u.a. mit dem Begriff »public-privat-partnership« umschrieben wird. Für die konkrete Ausgestaltung von Verträgen und die Entwicklung von Aktivitäten lassen sich hier viele Ideen und Anregungen finden, die auch im Schulbereich Wege eröffnen können. Anders als im Kulturbereich, der in erster Linie den freiwilligen Aufgaben zuzuordnen ist, stellt die Bildung eine im Grundgesetz verankerte Pflichtaufgabe des Staates dar. Schulen haben die Aufgabe, neuen Generationen alles Wissen zu vermitteln, das sie

dazu befähigt, die Zukunftsprobleme zu bewältigen. Diese Aufgabe wird im Rahmen einer engen Zusammenarbeit zwischen dem Land, das für die bildungspolitische Rahmengesetzgebung verantwortlich ist, den Lehrerinnen und Lehrern als ausführende und gestaltende Organe sowie den Schulträgern als Finanziers und Sachleistungsträgern erfüllt. Diese Aufteilung ergibt sich aus Art. 7 Grundgesetz und speziell für Nordrhein-Westfalen aus Art. 8 Abs. 3 Verfassung NRW und §§ 1-3 Schulfinanzgesetz NRW. *Sponsoring stellt kein Instrument zur Lösung von grundsätzlichen Haushaltsproblemen dar.* Es ist kein Ersatz für die staatlich-kommunale Verantwortung im Schulwesen, sondern vielmehr nur ergänzend in einem definierten Rahmen sinnvoll. Sponsorenmittel sind insoweit nicht als Entlastung der Grundfinanzierung zu verstehen, da ansonsten Abhängigkeiten drohen und bei einem Wegfall der zumeist nur befristet gewährten Mittel die Bildungs- und Erziehungsarbeit der Schulen beeinträchtigt werden könnte.

Vor diesem Hintergrund stellt *Sponsoring im Schulbereich ein Instrument dar, welches die von Ländern und Kommunen bereitzustellende Grundfinanzierung ergänzt*. In dieser Funktion ist es grundsätzlich zu befürworten. Es eröffnet den Schulen die Möglichkeit, zusätzlich finanzielle, sächliche oder personelle Mittel zu erschließen, durch die die pädagogische Arbeit verbessert werden kann. Sponsoring kann insoweit die Schulentwicklung wirksam unterstützen. Dabei sind für die Steuerung von Sponsoringmaßnahmen durch Schulen und Schulträger die im folgenden aufgeführten Eckpunkte wesentlich.

Bisher fehlt noch in fast allen Bundesländern eine an die aktuellen Bedürfnisse angepasste rechtliche Behandlung des Themas im Hinblick auf das Schulrecht. Es sollte daher bundesweit eine angemessene Lockerung des Werbeverbotes durch entsprechende Neuregelungen angestrebt werden, die den Schulen einerseits einen flexiblen Umgang mit Sponsorengeldern ermöglicht, gleichzeitig aber sicherstellt, dass der Bildungsauftrag der Einrichtungen nicht in Frage gestellt wird. Dennoch gibt es auch schon jetzt eine Reihe von Möglichkeiten des Sponsoring, die mit Billigung der Schulaufsicht erfolgreich durchgeführt werden.

3.1.2 Schule, Schulträger und die Vertragshoheit

Die rechtliche Seite umfasst verschiedene Schwerpunktgebiete. Dazu gehören neben den rein schulrechtlichen Vorschriften auch vertragsrechtliche, steuerrechtliche, wettbewerbsrechtliche und unfallversicherungsrechtliche Fragestellungen, die eine enge Kooperation zwischen Schulen und Schulträgern notwendig machen. Es ist im Rahmen dieser Handreichung nicht möglich, auf alle Fragen ausführliche Antworten zu geben. Die wichtigsten Eckpunkte sollen jedoch dargestellt werden.

Schulen als rechtlich unselbständige Einrichtungen (§3 Schulverwaltungsgesetz) des öffentlichen Rechts können selbst keine Verträge mit Sponsoren schließen. Hierzu ist das Tätigwerden des Schulträgers notwendig. Die rechtlichen Gegebenheiten erfordern, dass die Sponsoringaktivitäten grundsätzlich über den Schulträger gesteuert und von diesen koordiniert werden. Dabei sollte aber die Initiativkraft der Schulen durch Schulleiter oder engagierte Lehrer und Lehrerinnen nicht geschmälert werden. Ebenso sind die Sponsoringaktivitäten von Fördervereinen einzubeziehen. Dabei ist aber darauf zu achten, dass Fördervereine, soweit sie Werbemöglichkeiten innerhalb der Organisationsstruktur Schule und dem Schulgelände anbieten wollen, ebenfalls auf eine enge Zusammenarbeit mit den Schulträgern angewiesen sind. Die Zustimmung des Schulträgers zu einem Werbevertrag ist zwingende Voraussetzung für die Gültigkeit des Vertrages, und

zwar in beide Richtungen. Ohne die Mitwirkung des Schulträgers kann eine Schule nicht in den Genuss der Sponsoringmittel gelangen und ein Sponsor darf evtl. abgesprochene Werbemaßnahmen in der Schule nicht durchführen.

Die Begründung dafür ist darin zu sehen, dass bei Nachfolgeproblemen finanzieller Art der Schulträger geradezustehen hat. Nur er ist rechtlich in der Lage - von Schadensersatzansprüchen gegen einzelne Mitwirkende abgesehen - mögliche vertragliche oder haftungsrechtliche Ansprüche zu erfüllen bzw. im Streitfalle mögliche Schadensersatzansprüche zu übernehmen. Es ist dabei zu beachten, dass bei der Zuwendung eines Sponsors nicht die Schule, sondern der Schulträger Eigentümer der Sache wird und die eventuellen Folgekosten zu tragen hat. Das Eigentum an den Sachen geht in den Vermögenshaushalt des Schulträgers über. Bei der Bereitstellung von Sachmitteln muss deshalb mit Blick auf die Inventarisierung, mögliche Folgekosten, die Nachrüstung wegen Sicherheitsmängeln oder sonstige Installationen und Reparaturen und mögliche Ersatzbeschaffungen vorher eine Absprache der Schule mit dem Schulträger erfolgen. Erfolgt die Zuwendung des Sponsors durch Dienstleistungen, so ist zu gewährleisten, dass bei allen unterrichtlichen oder sonstigen Schulveranstaltungen die Aufsichtspflicht durch eine Lehrkraft der Schule erfüllt wird.

Bei der Auswahl der Sponsoren ist jedem interessierten Unternehmen grundsätzlich die gleiche Chance einzuräumen, sich in einem konkreten Sachzusammenhang zu engagieren. Die Auswahlentscheidung für ein Unternehmen sollte nachvollziehbar dokumentiert werden und darf andere Unternehmen nicht auf Dauer ausschließen. Insofern sollten die vielfältigen Erfahrungen der Schulverwaltungsämter im Hinblick auf Ausschreibungen etc. mit einfließen. In den Verträgen sollten zumindest am Anfang der Entwicklung eines Sponsoringkonzeptes möglichst kurze Laufzeiten vereinbart werden, da sich sonst eventuelle Bindungen an einen Sponsor ergeben können, die sich nur schwer lösen lassen. Die Schule könnte dann vom »guten Ruf« des Sponsor abhängig sein.

Im Hinblick auf die Einbeziehung des Sponsoring in die schulische Arbeit sind Regelungen und Verfahren zu entwickeln, die die Vereinbarkeit des Sponsoring mit der Bildungs- und Erziehungsarbeit sicherstellen. Solche Regelungen können u.a. sein:

- Der Werbezweck muss bei allen Gegenleistungen der Schulen immer deutlich im Hintergrund gegenüber dem zu fördernden Zweck stehen.

- Art und Umfang der Werbung dürfen dem allgemeinen Bildungs- und Erziehungsauftrag nicht entgegenstehen. Die weltanschauliche Neutralität und Toleranz müssen gewährleistet sein. Tabak- und Alkoholwerbung sind in jedem Falle auszuschließen.
- Durch die Werbemaßnahmen darf der Unterricht und Schulbetrieb nicht beeinträchtigt werden.
- Eine direkte Einbindung von Schülerinnen und Schülern bzw. der Lehrerinnen und Lehrern in Werbeaktivitäten ist nicht zulässig.
- Die schulischen Mitwirkungsorgane und damit auch die Eltern sind in den Prozess einzubeziehen.
- Jedwede wirtschaftliche Abhängigkeit der Schulen vom Sponsoring ist auszuschließen.
- Das jeweilige Schulprofil und das Sponsoring sollten aufeinander abgestimmt sein. Die Sponsoren sollten zum Schulprofil passen. Es sollte nicht Sponsoring um jeden Preis erfolgen.

3.1.3 Die Zusammenarbeit von Schule und Schulträger - Mittelverwaltung

Die erfolgreiche Einwerbung und die sinnvolle Nutzung von Sponsoringmitteln im Schulbereich erfordert bzw. setzt eine intensive und vertrauensvolle Kommunikation zwischen Schulträger und Schule voraus. Die Kommunen sollten deshalb gemeinsam mit den Schulen unter Einbeziehung der Schulaufsicht Sponsoringkonzepte entwickeln, in denen die Rahmenbedingungen und Regeln festgelegt und vereinbart werden. Dabei spielt neben den rechtlichen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten das gegenseitige Verständnis und der Umgang miteinander eine wesentliche Rolle dafür, ob die Vorgehensweise zu einer erfolgreichen Sponsoringaktivität führt. Maßnahmen der Kommunen an den Schulen vorbei würde ebenso zu kaum wieder gutzumachenden Fehlentwicklungen führen wie die Durchführung von Ver-

anstaltungen durch die Schulen ohne vorherige Einschaltung der Schulträger. Eine offene Kommunikation stellt gerade bei nicht festgelegter Rollenverteilung und mangelnder Erfahrung im Umgang mit Sponsoringangeboten aus der Wirtschaft eine nicht zu unterschätzende Aufgabe aller Beteiligten dar.

Sponsoring darf nicht zur Beeinträchtigung der Chancengleichheit der Schulen führen. Im Hinblick auf die Vermeidung von zu großen Disparitäten zwischen »armen« und »reichen« Schulen können sich Koordinierungs- bzw. Ausgleichsmaßnahmen durch den Schulträger auf der Gemeindeebene als notwendig erweisen. Das in diesem Zusammenhang von verschiedener Seite angesprochene Fonds-Modell dürfte sich jedoch als wenig erfolgsversprechend herausstellen, da es dem Interesse der Sponso-

ren nach Außendarstellung mit direkter Identifizierung nicht ausreichend Rechnung trägt. Im Hinblick auf eine angemessene Ausgleichswirkung zwischen den Schulen dürften sich solche Modelle als zukunftstauglich erweisen, bei denen ein bestimmter Teil der Sponsoringeinnahmen der einzelnen Schulen einem Ausgleichsfonds zugeführt wird, der allen Schulen des Schulträgers zugute kommt. Konkrete Modelle müssen aber vor Ort ausreichend diskutiert werden, um bei den aktiven Schulen eine angemessene Akzeptanz zu erreichen und zugleich sicherzustellen, dass attraktive, aber »inaktive« Schulen übermäßig stark von den zusätzlichen Aktivitäten anderer Schulen profitieren. Es sind daher sichere Indikatoren für eine angemessene Verteilung und einen angemessenen Eigenanteil zu erarbeiten.

Die Mittelverwaltung durch die Schule bei eingehenden Sponsorengeldern ist ebenfalls im Vorfeld mit dem Schulträger zu klären. Die unterschiedlichen Bewirtschaftungsarten gerade im Hinblick auf die verschiedensten Formen der Budgetierung können hier unterschiedliche Formen rechtfertigen. Schulen als nicht rechtsfähige Anstalten des öffentlichen Rechts ver-

fügen über keinen eigenen Haushalt. Grundsätzlich bieten sich verschiedene Möglichkeiten an:

- Verfügt die Schule über ein eigenes Budget und ein eigenes Schulkonto im Rahmen der kommunalen Budgetierung, bietet sich eine Direktüberweisung auf das Schulkonto an. Der evtl. Abzug eines »Allgemeinanteils« würde dann eine entsprechende Buchung der Schule auf das Sammelkonto notwendig machen.
- Überweisung der Mittel auf ein Konto des Schulträgers, der das Geld der Schule zur Verfügung stellt. Durch gezielte Absprachen (z.B. Einrichtung eines Sonderkontos) muss dann erreicht werden, dass dies auch tatsächlich geschieht.
- Aus Flexibilitätsgründen könnte auch eine Überweisung der Mittel auf ein Konto eines Schulfördervereins erfolgen, wenn eine Zustimmung durch den Schulträger vorliegt. Dabei muss geklärt werden, dass die Vertragsabsprachen aus den Sponsoringvereinbarungen von der Schule eingehalten werden.

Zusammenarbeit von Schule und Schulträger bei der Mittelverwaltung - Stadt Mülheim an der Ruhr

Beitrag Seite 75-78
Hans-Theo Horn, Dezernent für Schule, Jugend und Kultur der Stadt Mülheim an der Ruhr

Die Überlegung, dass mit den immer geringer werdenden kommunalen Haushaltsmitteln die unterschiedlichen Bedürfnisse der Schulen zukünftig nur bei einer flexibleren Haushaltsführung bzw. dezentralen Ressourcenbewirtschaftung erfüllt werden können, führte im Jahr 1995 dazu, dass nach eingehenden Vorgesprächen zunächst 20 Schulen auf freiwilliger Basis an einem Pilotprojekt zur Budgetierung teilnahmen. In diesen Vorgesprächen wurden allen Schulleitungen zunächst die Grundlagen der Budgetierung vorgestellt. Mit denjenigen Schulen, die sich an dem neuen Verfahren interessiert zeigten, wurde in einem ersten Umsetzungsschritt mit der Budgetierung begonnen.

Nach einer einjährigen Erprobungsphase wurden die gemachten Erfahrungen - wiederum im Kreise aller Schulleitungen - diskutiert, Verbesserungsmöglichkeiten erarbeitet und nunmehr alle Schulen für die Budgetierung gewonnen. Gleichzeitig war dies der Beginn einer zweiten Phase, der erweiterten Budgetierung.

Für jede Schule wurde dazu ein kostenfrei geführtes Girokonto eingerichtet, auf welches die von der Stadt Mülheim an der Ruhr für das jeweilige Haushaltsjahr zur Verfügung gestellten Haushaltsmittel in drei Raten überwiesen werden.

Entsprechend ihrer pädagogischen Konzeption kann die Schule bedarfsgerechte Schwerpunkte bei der Verausgabung der Mittelzuweisungen für die Bereiche Beschaffung und Unterhaltung von Einrichtungsgegenständen, Schulbedarf, Lernmit-

tel, Ergänzung und Unterhaltung der Lehrer- und Schülerbücherei, 'Bürobedarf Papier', Portokosten, Mieten für Kopiergeräte sowie für Telefongebühren und kleinere Bauunterhaltungsarbeiten setzen.

Die Schulen haben die Möglichkeit, Beschaffungen bis zu einem Gesamtwert von 5.000 DM (je Einzelgegenstand maximal bis 800 DM) ohne Ausschreibung gemäß der Beschaffungsordnung durchzuführen. Bei darüber hinausgehenden Beschaffungen erfolgt die Ausschreibung durch das Schulverwaltungsamt.

Die Schulen können im Rahmen ihrer Beschaffungen, um möglichst preisgünstige Angebote wahrnehmen zu können, auf von der Schulverwaltung und dem Amt für Zentrale Dienste durchgeführte funktionale Ausschreibungen, z.B. für Kopierpapier, Regale, Schülermobiliar zurückgreifen, sofern ihnen keine günstigeren Einzelangebote vorliegen.

Grundsätzlich erfolgen vermögenswirksame Beschaffungen durch das Schulverwaltungsamt. Auf freiwilliger Basis haben die Schulen jedoch auf Antrag die Möglichkeit, ihre Mittel auch für diese einzusetzen.

Über die Budgetierung hinaus erfolgt zwischen dem Schulträger und den Schulen eine stete Abstimmung der Bedarfe der Schulen, um auch die nicht budgetierten Mittel für die Schulen bedarfsgerecht und sinnvoll einzusetzen.

Die zum Ende eines Haushaltsjahres auf dem Schulgirokonto verbliebenen Mittel werden der Schulverwaltung von den Schulen zum Anfang des nächsten Jahres mitgeteilt. Gleichzeitig äußern die Schulen Kritik am Verfahren und geben Anregungen für Optimierungen. Diese sind - nach nunmehr drei Jahren - stetig geringer geworden, was aus Sicht der Schulverwaltung für die gut funktionierende Zusammenarbeit bei der Budgetierung spricht.

Verbesserungsvorschläge der Schulen zielten z.B. auf weitere Verfahrensvereinfachungen, insbesondere in Bezug auf vermögenswirksame Beschaffungen, die noch immer im Rahmen eines komplexen

und zeitintensiven Antragsverfahrens getätigt werden müssen. Die Schulverwaltung bemüht sich ihrerseits, in Verhandlungen mit dem Zentralen Finanzmanagement (vormals: Kämmerei), die erforderlichen Vereinfachungen zu bewirken.

Das Konzept der Budgetierung wurde in einer »Dienstanweisung« für die Schulen fixiert. Dabei wurden die Übertragbarkeit der in einem Jahr ersparten Finanzmittel in das jeweils kommende Haushaltsjahr und ein Ansparen für größere Anschaffungen als existentielle Bestandteile in die »Dienstanweisung« aufgenommen.

In den Erfahrungsberichten der Schulen wird als besonders positiv die Tatsache hervorgehoben, Finanzmittel nicht mehr im sogenannten Dezemberfieber verausgaben zu müssen, sondern in das kommende Haushaltsjahr übertragen und Ansparungen u. a. zugunsten größerer Beschaffungen vornehmen zu können. Dies führt bei den Schulen zu einer größeren Flexibilität und stärkt damit auch deren Eigenverantwortlichkeit. Die zugewiesenen »eigenen« Gelder können mit den ggf. ersparten Mitteln, Spenden und Fördermitteln von Fördervereinen und Sponsoren nunmehr auch für größere Projekte der Schule verwandt werden, für die städtische Mittel nicht oder nicht in ausreichender Höhe zur Verfügung gestanden hätten. Freiwillige Leistungen und Motivation bei Eltern, Lehrern und der Schulgemeinde sind als positive Nebenaspekte der Budgetierung zu verzeichnen.

Die angespannte Haushaltslage führt in der heutigen Zeit leider dazu, dass die Schulen stets dazu angehalten werden müssen, nur Ausgaben zu leisten, die zur Aufrechterhaltung des Schulbetriebes unabdingbar bzw. rechtlich zwingend erforderlich sind. Gleichwohl - so belegen die Mülheimer Erfahrungen - ist die Budgetierung ein Instrumentarium, mit dem trotz knapper werdender Haushaltsmittel bei den Schulen Handlungsspielräume erweitert und Gestaltungsfreiheiten vergrößert werden können.

Die Budgetierung an Mülheimer Schulen wird grundsätzlich von allen Beteiligten als sehr positiv beurteilt. Ein wichtiger Aspekt - vor allem im Zuge des weiteren

Ausbau der Budgetierung - ist, dass eine solch gravierende Umstellung, wie die eigenverantwortliche Bewirtschaftung von Finanzmitteln, zwangsläufig einen entsprechenden Zeitraum in Anspruch nimmt, in dem »Schule« lernen muss, mit den neuen Instrumentarien umzugehen. Bisher konnte dies in Zusammenarbeit mit den Schulleitungen, den Sekretariaten und der Schulverwaltung geleistet werden. Gleichwohl stellt die Budgetierung der Mittel ein Instrumentarium dar, welches sich weiterentwickeln und weiter ausbauen lässt, um so den Schulen, auch auf freiwilliger Basis, die Möglichkeit zu noch mehr Eigenverantwortlichkeit zu geben, ohne dass sich die Schulverwaltung ihrer - auch gesamtstädtischen - Verantwortung entzieht.

Teil des Schulverwaltungsamtes ist die Regionale Arbeitsstelle zur Förderung ausländischer Kinder und Jugendlicher (RAA), die in ihrer Funktion als pädagogische Beratungs- und Serviceeinrichtung Schulen u.a. bei der Planung, Beantragung und Durchführung von Projekten und Maßnahmen unterstützt. Dazu gehört, die Schulen auf bestehende Förderprogramme aufmerksam zu machen und sie - wenn gewünscht - von der Antragstellung bis zur Realisierung und abschließenden Dokumentation zu begleiten.

So berät die RAA regelmäßig Schulen bei der Antragstellung für Projekte im Rahmen des Landesprogramms GÖS (Gestaltung des Schullebens und Öffnung von Schule). Die RAA hilft bei der pädagogisch-inhaltlichen Projektplanung und der Aufstellung eines Finanzplanes für die entsprechenden Anträge. Die formale Antragstellung leistet die zuständige Abteilung des Schulverwaltungsamtes. Bewilligte Fördermittel werden von hier aus auf die Schulgirokonten überwiesen und von den Schulen in Eigenregie verausgabt. Die Verwendungsnachweise richten die Schulen dann wieder an die zuständige Abteilung im Schulverwaltungsamt, welche die Koordination zwischen Bezirksregierung und Schulen leistet.

Neben den GÖS-Mitteln werden regelmäßig auch Anträge für andere Förderprogramme gestellt. So gibt es zur Zeit fol-

gende Projekte bzw. Maßnahmen, in die Drittmittel einfließen:

- »Landesinitiative Kooperation von Jugendhilfe, Schule, Sport und Migrationssozialarbeit zur Verbesserung der Integration von zugewanderten Jugendlichen« für das Projekt »Schuljugendarbeit / Schülerclub an der Städtischen Gemeinschaftshauptschule an der Bruchstraße im Netzwerk mit außerschulischen Partnern«. Es handelt sich um Landesmittel, hier des Ministeriums für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport (MASSKS). Träger des Projektes ist die RAA. Die finanztechnische Abwicklung des Projektes erfolgt in enger Abstimmung zwischen Schule, RAA und dem Schulverwaltungsamt. Konkret wird daraufhin ein Teil der Mittel auf das Schulkonto transferiert und von hier aus verausgabt. Ein Teil wird von der RAA bewirtschaftet, wobei die Buchungen durch die Finanzabteilung getätigt werden.
- »Fit für die Schule - Styruer Modell«, ein einschulungsbegleitendes Untersuchungsvorhaben an der Schnittstelle von Kindergartenbesuch und Eintritt in die Grundschule mit den Schwerpunkten 'gestützter Zweitspracherwerb', 'Arbeit mit zugewanderten Müttern', 'Vernetzung von Kindergarten und Grundschule' und 'berufsbegleitende Qualifizierung für interkulturelle Erziehung'. Dieses Projekt wird ebenfalls mit Mitteln des Landes - des MASSKS - gefördert. Träger des Projektes ist die RAA. Die finanztechnische Projektabwicklung erfolgt wie oben genannt.
- »CIVIS-Jugendprojekt«, für interkulturelle, medienpädagogische Aktivitäten im Rahmen des CIVIS Fernseh- und Hörfunkpreises, den die Ausländerbeauftragte der Bundesregierung, die ARD und die Freudenberg Stiftung ausloben. Hierfür werden von der RAA regelmäßig Mittel bei der Freudenberg Stiftung beantragt. Die Mittelbewirtschaftung läuft in diesem Fall ausschließlich über die RAA. Sie ruft die bewilligten Mittel

über die Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG RAA) im BAG-Büro in der RAA Dortmund direkt ab und leitet sie an die Projektakteure weiter. Der Verwendungsnachweis erfolgt durch die RAA Mülheim an der Ruhr an die Freudenberg Stiftung.

Das reibungslose Ineinandergreifen pädagogischer Planungsprozesse und verwaltender Antrags- und Abrechnungsverfahren

hat in Mülheim an der Ruhr zu einer größeren Spannweite bei der Drittmittelförderung geführt und wirkt sich ausgesprochen positiv auf die Vielfalt der mit diesen Mitteln umgesetzten Projekte aus. Dies ist in Zeiten knapper kommunaler Haushaltsmittel ein wichtiger Aspekt, zeigt sich darin doch, dass Finanznot der Schulträger nicht das Ende pädagogischer Innovation bedeuten muss.

3.1.4 Werbung in der Schule - Regelungen der Bundesländer

Zusammengestellt von
Jörg Packwitz
Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Änderungen zur ersten Auflage des Handbuchs haben sich ergeben in den Ländern Brandenburg, Bremen, Hamburg, Nordrhein-Westfalen, Sachsen, Sachsen-Anhalt. In allen anderen Bundesländern nicht.

BADEN-WÜRTTEMBERG

In der VwV v. 19.10.95 wird Sponsoring nicht erwähnt, ein allgemeines Werbeverbot postuliert und für Spenden Folgendes festgelegt:

»Spenden können durch die Schulen entgegengenommen werden, wenn sie pädagogischen Zwecken dienen und demgegenüber eine etwaige Werbung deutlich zurücktritt und nur einen geringen Umfang hat«.

BAYERN

Das BayEUG verbietet in Art. 84 I kommerzielle Werbung grundsätzlich, lässt jedoch in S. 2 des I. Absatzes Ausnahmen im schulischen Interesse zu; die Ausnahmen werden in den einzelnen Schulordnungen, also per Verordnung, geregelt. Aber auch Verwaltungsvorschriften kommen nach Auffassung Bayerns als Regelungsform grundsätzlich in Betracht; wenngleich sie keine unmittelbare Außenwirkung haben, so führen sie doch zu einer Selbstbindung der Verwaltung, die eine einheitliche Anwendung gewährleistet. Derzeit wird in den Schulordnungen (z.B. § 123 III GSO) zum Sponsoring Folgendes eingefügt:

»Wird durch erhebliche Zuwendungen Dritter die Schule bei der Erfüllung ihrer Aufgaben unterstützt oder die Herstellung

oder Anschaffung für Erziehung und Unterricht förderlicher Gegenstände ermöglicht, so kann auf Antrag des Dritten hierauf in geeigneter Weise hingewiesen werden. Dieser Hinweis kann insbesondere durch Anbringen eines Firmenzeichens des Dritten, durch einen Eindruck von höchstens einer halben Seite in einem Druckwerk oder mündlich bei geeigneter Gelegenheit erfolgen. Unzulässig ist dagegen eine über die Nennung der zuwendenden Person oder Einrichtung, der Art und des Umfangs der Zuwendung hinausgehende Produktwerbung. Die Entscheidung trifft der Schulleiter nach Anhörung des Schulforums.«

Eine jeweils notwendige vertragliche Vereinbarung über Sponsoring kann nach Auffassung Bayerns nur vom Schulträger bzw. Schulaufwandsträger getroffen werden, da die einzelne Schule als nichtrechtsfähige öffentliche Anstalt solch einen Vertrag nicht in eigener Zuständigkeit schließen kann.

Weiterhin sollte nach Auffassung Bayerns in den Sponsoring-Vereinbarungen darauf geachtet werden, dass Laufzeiten vereinbart werden, die eine eventuell nur schwer lösbare Bindung an einen Sponsor verhindern.

BERLIN

Der Senat von Berlin hat in der »Allgemeinen Anweisung über Werbung, Handel, Sammlungen und politische Betätigung in und mit Einrichtungen des Landes Berlin« (AllA Werbung) am 10.06.97 zwar für alle Dienststellen kommerzielle und sonstige Werbung grundsätzlich zugelassen, jedoch »Werbung, die gegen rechtliche Bestim-

mungen oder das öffentliche Wohl verstößt,« ausdrücklich ausgeschlossen.

Diese Allgemeine Anweisung wird durch ein Rundschreiben über Werbung/Sponsoring in Schulen erläutert: »Die Alla Werbung gilt auch für die Schulen und die Einrichtungen des sog. zweiten Bildungsweges.« Werbung ist dadurch auch in Schulen erlaubt, soweit sie mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag vereinbar ist.

Die Entscheidung über die Zulassung von Plakatwerbung, die Aufstellung von Werbeträgern auf dem Schulgelände und den Abschluss von Vereinbarungen mit Folgekosten trifft der Schulträger im Einvernehmen mit der betroffenen Schule. Über Zulassung von sonstiger Werbung und Sponsoring ohne Folgekosten entscheidet die Schulleitung.

Der Senat von Berlin hat sich für den Erlass von Verwaltungsvorschriften als Rechtsform zur Reglementierung des Engagements öffentlicher Einrichtungen zur Erzielung von Einnahmen durch Werbung/Sponsoring entschieden; eine Regelung durch Rechtsverordnung ist nicht vorgesehen.

BRANDENBURG

Im Brandenburgischen Schulgesetz heißt es im § 47 Abs. 2 und 3:

Absatz 2:

„Politische Werbung in schulischen Veranstaltungen oder auf dem Schulgelände während des Schulbetriebs ist nicht zulässig.“

Absatz 3:

„Das Vertreiben von Gegenständen aller Art, Ankündigungen und Werbung hierzu, das Sammeln von Bestellungen sowie der Abschluss sonstiger Geschäfte sind auf dem Schulgelände nicht erlaubt. Der Schulträger kann Ausnahmen im schulischen Interesse, insbesondere zur Verpflegung von Schülerinnen und Schülern, zulassen. Werbung in Schülerzeitungen bleibt davon unberührt.

In Nr. 16 Abs. 1 Nr. 17 und Nr. 18 der Verwaltungsvorschriften ist das nähere Prozedere geregelt:

16 Werbung, gewerbliche Tätigkeit an Schulen

1. Auf dem Schulgrundstück soll jede Art von Werbung gegenüber Schülerinnen und Schülern sowie die Ausübung einer gewerblichen Tätigkeit unterbleiben, soweit nicht in den folgenden Absätzen oder in Nummer 18 Ausnahmen vorgesehen sind. Das Anbringen von Plakaten ist nur nach Genehmigung durch die Schulleitung und gemäß Nummer 17 zulässig.

2. Informationsmaterial

a) der Innungen, Berufgenossenschaften und zuständigen Stellen gemäß Berufsbildungsgesetz oder Handwerksordnung

b) der Sozialparteien, der Träger der Sozialversicherung, der Verbände, gemeinnützigen Vereine und Einrichtungen,

c) über Berufsgruppen und Wirtschaftszweige sowie

d) über Aktivitäten der Bildungswerke der politischen Parteien darf verteilt werden unter der Voraussetzung, dass es nicht vorrangig der Werbung dient. Dabei sind die Bildungswerke aller Parteien gleich zu behandeln. Die Aufgaben der Berufsberatung und die Verteilung ihrer Schriften bleiben unberührt.

3. Sofern es den Zielen von Erziehung und Bildung dient, sind die Einbeziehung von Werbeschriften in den Unterricht sowie der Hinweis auf Veranstaltungen außerhalb der Schule erlaubt.

17 Informations- und Anschlagtafeln

1. An allen Schulen ist den Schülerinnen und Schülern eine „Info-Tafel“ zur Verfügung zu stellen, die dem Austausch von Informationen und persönlichen Meinungen dient. Das Recht, Aushänge anzubringen, steht ausschließlich Schülerinnen und Schülern der be-

suchten Schule zu. Lehrkräfte und sonstiges Schulpersonal sowie Eltern haben das Recht zur Gegendarstellung, soweit sie von einem Aushang betroffen sind.

Die Herkunft und das Datum der Veröffentlichung müssen ersichtlich sein, Ausnahmen sind mit der Konferenz der Schülerinnen und Schüler abzustimmen. Die Aushänge dürfen nicht gegen Gesetze, insbesondere die Ziele und Grundsätze der Erziehung und Bildung gemäß § 4 des Brandenburgischen Schulgesetzes, verstoßen oder zum Verstoß aufrufen, gewerblichen Zwecken dienen oder das Persönlichkeitsrecht Dritter verletzen. Die Schule übernimmt für den Inhalt der Aushänge keine Verantwortung, die Schulleitung sorgt lediglich für die Einhaltung der Bestimmungen gemäß Satz 5 und kann bei Verstößen dagegen den Aushang untersagen.

2. An allen Schulen ist eine Anschlagtafel anzubringen, an der neben Mitteilungen der Schulleitung auch folgende Aushänge gestattet sind:

- a) Bekanntmachungen der Mitwirkungsorgane der Schule sowie der Mitwirkungsorgane auf Kreis- und Landesebene im Rahmen ihrer Aufgaben,
- b) Informationen über den Religionsunterricht, Hinweise auf die Vorbereitung zur Konfirmation, Kommunion oder vergleichbaren Ereignissen anderer Religionsgemeinschaften sowie auf die Vorbereitung zur Jugendfeier,
- c) Hinweise auf Veranstaltungen der Jugendverbände und Jugendorganisationen, wenn diese nicht überwiegend der Werbung für politische Programme dienen,
- d) Hinweise auf Veranstaltungen und Aktivitäten des Landessportbundes, der ihm angeschlossenen Verbände und Vereine sowie anderer, als förderungswürdig anerkannter, Sportvereine.

Absatz 1 Satz 5 gilt entsprechend. Aushänge gemäß Buchstabe b bis d dürfen

nur mit einem Genehmigungsvermerk der Schulleitung angebracht werden. Sollte ein Aushang von der Schulleitung nicht genehmigt werden, hat der Antragsteller das Recht, die Schulkonferenz anzurufen und eine erneute Entscheidung zu verlangen.

18 Zuwendungen Dritter und Sammlungen

1. Zuwendungen Dritter können durch Spenden oder durch Sponsoring erbracht werden. Sie dürfen nicht dazu dienen, Kürzungen im öffentlichen Haushalt auszugleichen und müssen mit dem Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule vereinbar sein. Die ordnungsgemäße Erfüllung des Erziehungs- und Bildungsauftrages ist insbesondere dann gefährdet, wenn

- a) der Schulbetrieb und der Unterricht beeinträchtigt werden,
- b) mit einer Zuwendung versucht wird, Einfluss auf die inhaltliche Ausgestaltung und Organisation von Erziehung und Bildung zu nehmen,
- c) die Zuwendung die Unvoreingenommenheit schulischer Entscheidungen beeinträchtigen kann,
- d) der Schulträger aufgrund von Zuwendungen seine Aufwendungen für die räumliche und sächliche Ausstattung so reduziert, dass die Gefahr einer Abhängigkeit von Sponsoren besteht oder
- e) die Höhe der Zuwendungen für einzelne, aus der Sicht von Sponsoren besonders geeignete und attraktive Schulen dazu führen kann, dass ein erhebliches Ungleichgewicht zu anderen durchschnittlich ausgestatteten Schulen besteht und dadurch die Chancengleichheit aller Schülerinnen und Schüler gefährdet wird.

Die Rechte von Schülerinnen und Schülern, Eltern, Lehrkräften und sonstigem Schulpersonal dürfen nicht beeinträchtigt werden. Die Rechte ande-

rer, insbesondere Wettbewerbs- und Urheberrechte, sind zu berücksichtigen.

2. Spenden sind Zuwendungen, die nicht von einer werbewirksamen Gegenleistung abhängig gemacht werden. Geld- und Sachspenden dürfen entgegengenommen werden, wenn die Voraussetzungen gemäß Absatz 1 gewährleistet sind. Die Entscheidung trifft die Schulleitung nach Anhörung der Schulkonferenz im Einvernehmen mit dem Schulträger unter Beachtung möglicher Folgekosten.
3. Unter Sponsoring wird eine Zuwendung verstanden, die von einer werbewirksamen Gegenleistung abhängig gemacht wird. Die Zuwendung kann als Sachleistung, Dienstleistung oder Geld gewährt werden. Die Gegenleistung kann insbesondere durch die Nennung der Leistung des Sponsors auf Plakaten, in Schriften der Schule oder mündlich bei geeigneten Gelegenheiten sowie durch Anbringen des Namens oder Logos des Zuwendenden auf dem zur Verfügung gestellten Gegenstand erfolgen. Sponsoring ist zulässig, wenn die Voraussetzungen gemäß Absatz 1 gewährleistet sind und der Hinweis auf die Leistung des Sponsors deutlich hinter den Nutzen für den Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule zurücktritt. Die steuerrechtlichen Bestimmungen sind zu beachten, im Zweifelsfall soll eine vorherige Abstimmung mit dem örtlich zuständigen Finanzamt erfolgen.
4. Fällt Sponsoring in innere Schulangelegenheiten, entscheidet das staatliche Schulamt, bei Maßnahmen mit landesweiter Bedeutung das für Schule zuständige Ministerium. Fällt Sponsoring in äußere Schulangelegenheiten, entscheidet der Schulträger. Sind sowohl innere als auch äußere Schulangelegenheiten betroffen, haben die Entscheidungsträger Einvernehmen herzustellen. Die Schulkonferenz ist außer bei Maßnahmen mit landesweiter Bedeutung anzuhören. Die Schulleitung kann aufgrund einer Bevollmächtigung nach Anhörung der Schulkonferenz entscheiden.

BREMEN

Richtlinien über Werbung in Schulen

Vom 18. Februar 1999

1. Öffentliche Schulen können Verträge mit Dritten über Sponsoring oder andere Formen der Werbung abschließen, wenn die Schulkonferenz dem jeweiligen Vertrag vor Abschluss zustimmt und die Werbungsziele mit den gesetzlichen und den durch besondere Vorgängen des Senators für Bildung, Wissenschaft, Kunst und Sport festgelegten Zielen der Schulen vereinbar sind. Die Verantwortung des Schulleiters oder der Schulleiterin wird durch die Zustimmung der Schulkonferenz nicht beeinträchtigt.
 - 1.1 Die Laufzeit eines Werbevertrages darf nicht länger als bis zum nächsten Schuljahresende betragen; wird er erst nach dem 1. Februar abgeschlossen, darf die Laufzeit bis zu Ablauf des kommenden Schuljahres betragen. Die Verträge sind der Fachaufsicht zur Kenntnis zuzuleiten. Die Fachaufsicht soll darauf hinwirken, dass Vertragsverlängerungen mit konkreten schulischen, in den Unterricht einbezogenen Projekten verbunden werden.
 - 1.2 Vertragsverlängerungen über den Zeitraum eines Jahres im Sinne von Nummer 1.1 hinaus längerfristige Verträge bedürfen der Genehmigung durch die Fachaufsicht und sollen grundsätzlich mit konkreten Schulprojekten verknüpft sein.
2. Werbung in Schülerzeitungen ist grundsätzlich zu tolerieren. Steht allerdings der Anteil der Werbung in einem Missverhältnis zum redaktionellen Teil, kann der Schulleiter oder die Schulleiterin mit Zustimmung der Schulkonferenz Auflagen für die Verteilung künftiger Ausgaben dieser Zeitung machen.

Die Rechte der Stadtgemeinden aus ihrem Eigentum an Grundstück, Gebäude, Inventar sowie Lehr- und Lernmitteln bleiben unberührt.

3. Die gesetzlichen oder satzungsmäßig bestimmten Schülervertretungen (Schülerbeirat u. ä., GSV, Stadtschülerring) und beim Schulleiter angemeldete oder bekannte Schülervereinigungen nach § 52 Bremisches Schulverwaltungsgesetz sowie die gesetzlichen Elternvertretungen der Schulen und der Stadtgemeinden und Eltern- und Schulvereine der Schule dürfen ohne Zustimmung der Schulkonferenz für sich werben. Das gleiche gilt für Veranstaltungen von Schülergruppen, die sie in oder außerhalb ihrer jeweiligen Schule durchführen oder mitgestalten wollen.
4. Der Hinweis auf eine nichtparteiliche politische Veranstaltung ist stets - auch - Werbung. Dies gilt ebenso für die Aufforderung, an Demonstrationen u.ä. teilzunehmen. Der Auftrag der Schule, zu einer Gemeinschaftsgesinnung zu erziehen, „die auf der Achtung vor der Würde jedes Menschen und auf dem Willen zu sozialer Gerechtigkeit und politischer Verantwortung beruht“ (Artikel 26 Nr. 1 Bremische Landesverfassung), macht Werbung, die zum Engagement für die Durchsetzung politischer Ziele auffordert, grundsätzlich zulässig. Nicht zulässig ist nach einem Beschluss des Senats vom 18. August 1980 die Werbung für oder gegen politische Parteien und parteiähnliche Vereinigungen, auch bei Bürgerschafts- und Bundestagswahlen. Der Schulleiter hat darauf zu achten, dass dieses Verbot nicht durch allgemeine Ankündigungen von Veranstaltungen umgangen wird.
5. Keine Werbung im Sinne dieser Richtlinien sind die Informationen der Beiräte in der Schule durch die Fraktionen und die Gruppen der bremischen Bürgerschaft (Landtag), sofern diese Informationen schulpolitischen Inhalt haben und die jeweilige Aktion mit dem Senator für Bildung, Wissenschaft, Kunst und Sport abgestimmt ist. Die Fraktionen und Gruppen der Bremischen Bürgerschaft fügen solchen Sendungen, die inhaltlich ausschließlich von ihnen zu verantworten sind, ein Schreiben bei, das die Bitte um Weiterleitung erläutert und auf die Absprache mit dem Senator für Bildung, Wissenschaft, Kunst und Sport Bezug nimmt.
6. Die Befugnis des Senators für Bildung, Wissenschaft, Kunst und Sport sowie die des Magistrats der Stadtgemeinde Bremerhaven, Werbeverträge abzuschließen, bleiben unberührt. Diese Verträge haben ebenfalls zu beachten, dass die Werbungsziele mit den gesetzlichen und den durch besondere Vorgaben des Senators für Bildung, Wissenschaft, Kunst und Sport festgelegten Zielen der Schulen vereinbar sind.
7. Die Richtlinien „Werbungsverbot in öffentlichen Schulen“ vom 1. September 1987 (BrSBl. 544.02) werden aufgehoben.

HAMBURG

Richtlinie zu Werbung, Sponsoring und sonstigen wirtschaftlichen Aktivitäten in staatlichen Schulen

vom 11. November 1998 mit den Änderungen vom 17. Mai 2000 (siehe Ziffern 4, 7 und 9)

1. **Ziel der Richtlinie** ist die Festlegung von Vorgaben für die staatlichen Schulen
 - bei der Entgegennahme von Geld- und Sachspenden sowie
 - bei der Erzielung von Einnahmen durch Sponsoring und durch sonstige wirtschaftliche Aktivitäten.
2. **Oberster Maßstab** für die rechtliche Beurteilung aller schulischen Aktivitäten ist deren Vereinbarkeit mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule. Der ordnungsgemäße Schulbetrieb und die Beachtung anerkannter Grundsätze von Unterricht und Erziehung müssen sichergestellt sein. Die Rechte von Schülerinnen und Schülern, Eltern und Lehrkräften dürfen nicht beeinträchtigt werden. Rechte Dritter (etwa von Konkurrenten im Wettbewerb) müssen beachtet werden. Die Verwendung von Zuwendungen zur Finanzierung von Pflicht- oder Wahlpflichtunterricht nach Maßgabe der Stundentafel ist unzulässig.

Die ordnungsgemäße Erfüllung des Bildungs- und Erziehungsauftrags ist insbesondere dann gefährdet, wenn

- mit einer Zuwendung versucht wird, Einfluss auf die inhaltliche Ausgestaltung von Unterricht und Erziehung zu nehmen,
- die Zuwendung die Unvoreingenommenheit schulischer Entscheidungen beeinträchtigen kann,
- auf Grund der Höhe einer Zuwendung die Gefahr einer Abhängigkeit des Unterrichtsbetriebs von einem bestimmten Sponsor besteht oder
- die Höhe der Zuwendung für einzelne Schulen zu einem solchen Gefälle zwischen den Schulen führen würde, dass die Chancengleichheit aller Schülerinnen und Schüler in ihrer schulischen Ausbildung beeinträchtigt und die schulübergreifende Organisation von Eingangsklassen erheblich erschwert würde.

3. Entgegennahme von Geld- und Sachspenden

Die Entgegennahme von Geld- und Sachspenden, also von Zuwendungen, die ohne eine Gegenleistung der Schule erfolgen, sind nach Maßgabe der in Nr. 2 genannten Grundsätze zulässig.

Im Hinblick auf Folgekosten, Gerätesicherheit und Unfallverhütung sowie die Ausstellung von Spendenbescheinigungen wird auf die „Richtlinien über die Bewirtschaftung von Haushaltsmitteln und die Erteilung von Aufträgen (Beschaffung von Waren, Vergabe von Leistungen)“ vom 31.07.1986 (VwHbSch und auf die als Anlage beigefügten „Hinweise über die Annahme und Verwaltung von Geld- und Sachspenden“ vom 25.08.1988 (VwHbSch 06.06.01) verwiesen.

Bei einer Sammlung von Geld- oder Sachspenden oder geldwerten Leistungen als Haus- oder Straßensammlung, durch Versendung von Werbeschreiben oder durch öffentliche Aufrufe ist das Hamburgische Sammlungsgesetz vom

03. März 1970 (VwHbSch 02.03) zu beachten.

4. Sponsoring

Beim Sponsoring wird eine Schule, Schulklasse oder eine bestimmte schulische Veranstaltung durch Sachmittel, Dienstleistungen oder Geld gefördert. Als Gegenleistung wird in vereinbarter Weise auf die Leistung des Sponsors hingewiesen.

Sponsoring ist unter Beachtung der in Nr. 2 genannten Grundsätze zulässig, wenn es sich um eine erhebliche Zuwendung des Sponsors handelt und der Hinweis auf die Leistung des Sponsors deutlich hinter den mit der Zuwendung erreichten Nutzen für die Erfüllung des Bildungs- und Erziehungsauftrags zurücktritt.

Spendenbescheinigungen sind für Sponsoring-Maßnahmen nicht zu erteilen. Als Sponsoringpartner scheidern politische, weltanschauliche und religiöse Körperschaften sowie Anbieter, die für ihre Produkte nicht werben dürfen, aus. Vereinbarungen über Sponsoring sollen schriftlich fixiert und von der Schulleitung zu den Akten genommen werden. Eine Kopie wird der zuständigen Schulaufsicht zur Kenntnis zugesandt.

5. Bereitstellung von Werbeflächen

Die Bereitstellung von Werbeflächen (Plakatwände, Werbesäulen etc.) oder sonstigen Werbemöglichkeiten für Zwecke der Produktwerbung ist unzulässig.

6. Sonstige wirtschaftliche Aktivitäten

Einnahmen aus dem Verkauf von Erzeugnissen, die im Rahmen des Schulbetriebs erzielt wurden, sind zulässig, wenn sie ausschließlich zur Umsetzung pädagogischer und unterrichtlicher Ziele verwendet werden. Das gilt entsprechend auch für Einnahmen aus Dienstleistungen, die im Rahmen des Schulbetriebs für Dritte erbracht wurden, sowie für Veranstaltungen von Schulklassen oder schulischen Arbeitsgemeinschaften und ähnlichen Grup-

pen. Die Vorschriften des Wettbewerbs- und des Steuerrechts sind zu beachten.

7. **Verantwortlichkeit der Schulleitung**

Die Annahme von Spenden und Zuwendungen, das Zulassen von Werbung sowie das Erzielen von Einnahmen aus schulischen Aktivitäten bedürfen der vorherigen Genehmigung durch die Schulleitung. Die Schulleitung gewährleistet die Vereinbarkeit der Maßnahme mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag und sorgt für die ordnungsgemäße Abrechnung und Verwendung der Einnahmen. Die Schulkonferenz kann im Rahmen des Schulprogramms konkretisierende Grundsätze zur Annahme von Spenden und Zuwendungen sowie zur Erzielung von Einnahmen durch schulische Aktivitäten beschließen.

Übersteigen Spenden und Zuwendungen einzelner Personen, Institutionen und Organisationen einen Wert von DM 10.000 pro Jahr, bedarf die Annahme einer zustimmenden Beschlussfassung durch die Schulkonferenz. Die zuständige Schulaufsicht wird über den zustimmenden Beschluss informiert.

8. **Verwaltung der Einnahmen**

Bei der Verwaltung der Einnahmen sind die „Richtlinien über die Bewirtschaftung von Haushaltsmitteln und die Erteilung von Aufträgen (Beschaffung von Waren, Vergabe von Leistungen)“ vom 31.07.1986 (VwHbSch 06.09.01) und die „Hinweise über die Annahme und Verwaltung von Geld- und Sachspenden“ vom (VwHbSch 06.06.01) zu beachten.

Die Einnahmen fließen dem Selbstbewirtschaftungsfonds zu und können von den Schulen eigenständig verwendet werden. Sie sind von den Schulen auf das Konto der Landeshauptkasse Nr. 101 600 der Hamburgischen Landesbank einzuzahlen. Bei der Überweisung ist - neben der Leitzahl der Schule - die für die jeweilige Schulform geltende Schlüsselnummer anzugeben:

GHR-Schulen	30040
Sonderschulen	30041
Gymnasien	30042
Gesamtschulen	30043
Berufliche Schulen	30044.

9. **Berichtspflicht**

Die Schulleitung berichtet der Schulkonferenz jährlich über die der Schule zugeflossenen Zuwendungen und Spenden und die von ihr durch sonstige wirtschaftliche Aktivitäten erzielten Einnahmen sowie über die Verwendung dieser Mittel. Dabei sind Spenden und Zuwendungen von Schulvereinen und sonstigen schulnahen Einrichtungen wie Einnahmen von sonstigen Dritten zu berücksichtigen.

10. **Inkrafttreten**

Diese Richtlinie tritt am 01.12.1998 in Kraft.

HESSEN

In Hessen ist für den inneren Schulbereich, den das Land verantwortet, in § 10 Abs. 2 der Dienstordnung für Lehrkräfte, Schulleiterinnen und Schulleiter und sozialpädagogische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vom 8. Juli 1993 (ABI. S. 691) in der Fassung vom 22. Juli 1998 (ABI. S. 598) folgende Regelung getroffen:

Geschäftliche Werbung in Schule ist nur mit folgender Maßgabe zulässig. Wird die Schule durch für ihren Haushalt erhebliche Zuwendungen Dritter bei der Erfüllung ihrer Aufgaben unterstützt oder die Anschaffung für Erziehung und Unterricht förderlicher Gegenstände ermöglicht, so kann auf Antrag des Dritten hierauf hingewiesen werden. Dieser Hinweis kann vom Empfänger der Zuwendung zum Beispiel auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen oder in sonstiger Weise unter Verwendung dessen Namens, Emblems oder Logos des Dritten, jedoch ohne besondere Hervorhebung, erfolgen. Unzulässig ist eine über die Nennung der zuwendenden Person oder Einrichtung, der Art und des Umfangs der Zuwendung hinausgehende Produktwerbung. Die Entscheidung trifft die Schulleiterin oder der Schulleiter, soweit Folgekosten für den Schulträger ent-

stehen, im Einvernehmen mit diesem. Die Befugnis der Schulträger im Bereich der äußeren Schulangelegenheiten Regelungen für das Sponsoring zu treffen, bleibt unberührt.«

Sponsoring-Verträge im inneren Schulbereich können nach § 127a des Hessischen Schulgesetzes in Verbindung mit Nr. 2.2 der Anordnung über die Vertretung des Landes Hessen im Geschäftsbereich des Hessischen Kultusministeriums vom 1. August 1997 (StAnz. S. 2519) die Schulleitungen mit Wirkung für das Land schließen. Im äußeren Schulbereich ist Vertragspartner der kommunale Schulträger; die Vertretungsbefugnis der Schulleitungen richtet sich nach der Bevollmächtigung des jeweiligen Schulträgers.

MECKLENBURG-VORPOMMERN

In Mecklenburg-Vorpommern gilt nach wie vor der Erlass vom 08.11.93 über Werbung, Sammlungen, Erhebung von Geldspenden oder Beiträgen sowie Umfragen in Schulen, wonach Werbung verboten ist. Geprüft wird derzeit, auf welche Art und Weise Sponsoring für die Schule ermöglicht werden kann.

Gegenwärtig befindet sich der Entwurf einer »Richtlinie über Werbung, Sammlungen, Erhebung von Geldspenden und wirtschaftliche Betätigung an öffentlichen Schulen« im Geschäftsgang, der noch nicht vollständig abgestimmt ist.

Der Entwurf der Verwaltungsvorschrift lässt das Schul sponsoring grundsätzlich zu, dabei ist im wesentlichen folgender Regelungsinhalt vorgesehen:

1. Die Art der Werbung darf den allgemeinen Bildungs- und Erziehungszielen nicht entgegenstehen. Der Werbezweck muss immer deutlich hinter dem zu fördernden Zweck zurückstehen. Es darf keine Beeinträchtigung des Unterrichts und des Schulbetriebes erfolgen. Die Schule hat eine Schutzfunktion gegenüber den Lernenden und muss Toleranz und weltanschauliche Neutralität wahren. Es darf keine gesundheitsgefährdende, diskriminierende oder intolerante Werbung geben. Die Werbung

muss im schulischen Interesse erfolgen, d.h. der werbende Charakter muss zurücktreten und darf allenfalls unterstützenden Charakter haben.

2. In der Schule begrenzen neben dem Erziehungs- und Bildungsauftrag die Fürsorgepflicht für die Schülerinnen und Schüler, die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der Jugend und zum Recht der persönlichen Ehre und das Grundrecht der Meinungs- und Informationsfreiheit die Aktivitäten des Sponsoring.
3. Die aktive Betätigung von Schülerinnen und Schülern und Lehrkräften an möglichen Werbeaktionen des Sponsors in der Schule sollte vermieden werden. Ebenso kann z.B. die Schulleitung nicht einheitlich Schülerinnen und Schüler als Werbeträger in der Schule vermarkten. Das gleiche gilt für Lehrerinnen und Lehrer in der Schule. Werbung, die sich über Personen in der Schule vermittelt, sollte nicht statthaft sein.
4. Für und durch Parteien, andere politische oder parteigebundene bzw. -nahe Organisationen, der Bürgerinitiativen, etc. darf keine Werbung betrieben werden. Eine Vermischung von politischer Betätigung mit Aktivitäten der Schule ist nicht zulässig.
5. Die Entscheidung über den Abschluss und die Modalitäten des Sponsoringvertrages trifft der Schulträger unter Beteiligung der Mitwirkungsorgane der Schule. Der Sponsoringvertrag ist vom Schulträger abzuschließen, es sei denn, dieser hat der Schulleitung die Vollmacht hierzu übertragen. Mitwirkungsorgane der Schule sind eng, in den Kommunikationsprozess zum Abschluss des Sponsoringvertrages einzubinden.
6. Regelmäßige finanzielle Beiträge des Sponsors dürfen nicht zum voraussetzenden Bestandteil der Erfüllung unterrichtlicher Aufgaben werden. Der technische Betrieb oder die Verwaltung der Schulen dürfen nicht von Zuwendungen des Sponsors abhängig gemacht wer-

- den. Die Abhängigkeit von Sponsoren kann dazu verleiten, dass diese versuchen, bei der inhaltlichen Ausgestaltung des Unterrichts, bei schulinternen Strukturen oder bei Personalangelegenheiten mitzubestimmen.
7. Bei den Verträgen sollten Laufzeiten vereinbart werden, da sich sonst eventuelle Bindungen an einen Sponsor ergeben könnten, die sich nur schwer lösen lassen.
 8. Die Schulträger dürfen das Sponsoring nicht als substantiellen Teil des Ausstattungsvolumens ihrer Schulen betrachten. In diesem Zusammenhang sind auch extreme Unterschiede im Ausstattungsniveau der Schulen zu vermeiden. Die Sponsormittel müssen immer so eingesetzt werden, dass sie bei plötzlichem Wegfall keine Beeinträchtigung für die Bildungs- und Erziehungsarbeit an der Schule bedeuten.

NIEDERSACHSEN

Im Erlass über »wirtschaftliche Betätigung, Werbung, Informationen, Bekanntmachungen und Sammlungen in Schulen sowie Zuwendungen für Schulen« vom 07.09.94 ist festgelegt, dass Spenden oder sonstige Zuwendungen, die mit Werbung verbunden sind, entgegengenommen werden können, wenn der Werbeeffect hinter dem pädagogischen Nutzen deutlich zurückbleibt, wobei § 113 des Niedersächsischen Schulgesetzes unberührt bleibt. Die Zustimmung des Schulträgers zur Entgegennahme von Spenden, die der Inventarisierung bedürfen oder Folgekosten verursachen können, ist erforderlich.

NORDRHEIN-WESTFALEN

§ 31 a Schulverwaltungsgesetz

eingefügt durch Zweites Gesetz zur Modernisierung von Regierung und Verwaltung in Nordrhein-Westfalen (2. ModernG) vom 09. Mai 2000 (GV.NRW S. 462)

Zuwendungen, Werbung

1. Schulen können für den Schulträger bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Sach- und Geldzuwendungen Dritter unterstützt werden. Der Schulträger stellt sicher, dass einzelne Schulen

nicht unangemessen bevorzugt oder benachteiligt werden.

2. Schulen dürfen zur Erfüllung ihrer Aufgaben für den Schulträger Zuwendungen von Dritten entgegennehmen und auf deren Leistungen in geeigneter Weise hinweisen (Sponsoring), wenn diese Hinweise mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule vereinbar sind und die Werbewirkung deutlich hinter den schulischen Nutzen zurücktritt. Die Entscheidung über die Zulässigkeit des Sponsorings trifft die Schulleiterin oder der Schulleiter mit Zustimmung der Schulkonferenz und des Schulträgers.
3. Im Übrigen ist Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, in der Schule grundsätzlich unzulässig. Näheres regelt die Allgemeine Schulordnung.
4. Zuwendungen entbinden den Schulträger nicht von seinen Verpflichtungen nach § 30.

Anmerkungen:

- In-Kraft-Treten zum 01. Januar 2001.
- Die bisherige Regelung in § 47 Abs. 3 Allgemeine Schulordnung gilt fort; der Runderlass zu Werbung/Sponsoring an Schulen vom 09. Dezember 1998 bleibt bis zum In-Kraft-Treten des § 31 a SchVG bestehen.

Begründung:

Mit der Einfügung eines neuen § 31 a in das Schulverwaltungsgesetz soll einer aus dem Sport- und Kulturbereich kommenden Entwicklung Rechnung getragen werden, die auch zunehmend den Schulbereich erfasst. Es handelt sich um die Förderung der schulischen Bildungs- und Erziehungsarbeit durch Sach- oder Geldzuwendungen Dritter. Sie sind für die Schulen eine wertvolle Hilfe zur Verbesserung ihrer Ausstattung und Gestaltungsmöglichkeiten.

Der neu formulierte § 31 a SchVG umfasst zwei Regelungsbereiche: Entgegennahme von Spenden und Sponsoring.

Absatz 1 bildet die Grundlage für die Annahme von Geld- und Sachzuwendungen

durch Schulen. Über die Annahme entscheidet die Schulleiterin oder der Schulleiter in Vertretung des Schulträgers. Der Schulträger soll sicherstellen, dass es durch unterschiedliche Förderung nicht zu armen und reichen Schulen kommt.

Absatz 2 betrifft Zuwendungen, die von einer werbewirksamen Gegenleistung abhängig gemacht werden. Die Sponsoringmaßnahme und der damit verbundene Werbezweck müssen mit dem Schulauftrag vereinbar sein und können nur im Konsens durchgeführt werden.

Absatz 3 greift das Werbeverbot des § 47 Abs. 3 ASchO auf. Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient und nicht von den Regelungen der Absätze 1 und 2 erfasst wird, bleibt in der Schule grundsätzlich unzulässig. Ausnahmen sollen wie bisher im Rahmen der Allgemeinen Schulordnung nach Entscheidung des für den Schulbereich zuständigen Ministeriums zugelassen werden können (z. B. für Schülerzeitungen).

Absatz 4 stellt abschließend klar, dass jegliche Zuwendungen Dritter nicht die gesetzliche Verpflichtung des Schulträgers berühren, die erforderlichen sächlichen Kosten an Schulen zu tragen. Spenden und Sponsoring dürfen nicht dazu führen, dass Schulen von Dritten finanziell abhängig werden.

RHEINLAND-PFALZ

Durch eine Änderung der Schulordnung wurden die Regelungen über Werbung an Schulen wie folgt neu gefasst:

»§ 89 Werbung Zuwendungen

(1) Werbung und die Verteilung von Werbematerial auf dem Schulgelände sind nicht zulässig. Anzeigen in Schülerzeitungen sind zulässig. Untersagt ist die Weitergabe von Unterlagen über Schüler und Eltern für Werbezwecke.

(2) Wird die Schule bei der Erfüllung ihres Bildungs- und Erziehungsauftrags durch Zuwendungen Dritter unterstützt, so kann hierauf in geeigneter Weise hingewiesen werden. Der Hinweis muss in Inhalt und Form dem Auftrag der Schule entsprechen (§ 1 SchulG). Die Entschei-

dung trifft der Schulleiter nach Anhören des Schulausschusses. Vor der Entscheidung ist zu klären, ob Folgekosten entstehen und wer sie trägt. Sofern durch Folgekosten die Belange des Schulträgers berührt werden, ist das Einvernehmen mit ihm herzustellen.«

SAARLAND

Bislang gibt es noch keine Regelung über Sponsoring in Schulen. Allerdings befinden sich entsprechende Regelungen in der Vorbereitung. Es wurde aber definitiv entschieden, dass plakative Werbung auch künftig in saarländischen Schulen nicht zulässig sein wird.

SACHSEN

Verwaltungsvorschrift des Sächsischen Staatsministeriums für Kultus über Werbung, Wettbewerbe und Erhebungen in Schulen
vom 20. August 1992

1. Allgemeines

Die Schule ist verpflichtet, ihren Erziehungs- und Bildungsauftrag in vertrauensvoller Zusammenarbeit mit den Eltern zu verwirklichen. Die Eltern, die ihre Kinder in die Obhut der Schule geben, müssen darauf vertrauen können, dass der Rahmen des Erziehungs- und Bildungsauftrags der Schule eingehalten und alles von der Schule ferngehalten wird, was die Verwirklichung dieses Zieles beeinträchtigen könnte.

Der Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule verbietet demnach, dass in den Schulen Werbung für wirtschaftliche, politische, weltanschauliche oder sonstige Interessen betrieben, Waren vertrieben oder Sammlungen, Wettbewerbe und Erhebungen durchgeführt werden, soweit nachstehend nichts Abweichendes bestimmt ist. Einzelentscheidungen obliegen dem Schulleiter nach § 42 SächsSchulG, soweit keine anderweitige Regelung getroffen ist.

2. Werbung und Bekanntmachungen

2.1 Auf Veranstaltungen, die geeignet sind, den Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule wesentlich zu fördern und nicht einseitigen Zielen dienen, kann durch Plakate

oder sonstige Druckwerke hingewiesen werden. Die Entscheidung, ob und in welcher Form dies geschehen kann, trifft der Schulleiter.

- 2.2 Spenden können durch die Schulen entgegengenommen werden, wenn sie pädagogischen Zwecken dienen und demgegenüber eine etwaige Werbung deutlich zurücktritt und nur einen geringen Umfang hat.
- 2.3 Berufsverbände der Lehrer dürfen Mitteilungen an Lehrer verteilen oder an einem ihnen im Lehrerzimmer zur Verfügung gestellten Schwarzen Brett aushängen, wenn es sich um spezifisch koalitions-gemäße Informationen im Rahmen des Art. 9 Abs. 3 Grundgesetz handelt.
- 2.4 Die Personalräte dürfen im Rahmen ihres Aufgabenbereichs und ihrer Zuständigkeit Mitteilungen an die Lehrer verteilen oder an einem ihnen im Lehrerzimmer zur Verfügung gestellten Schwarzen Brett aushängen.
- 2.5 Schüler dürfen Abzeichen, Anstecknadeln, Aufkleber oder ähnliche Zeichen tragen, wenn dadurch nicht die Erfüllung des Erziehungs- und Bildungsauftrags der Schule, der Schulfriede, der geordnete Schulbetrieb oder das recht der persönlichen Ehre anderer gefährdet wird.
- 2.6 Werbung in Schülerzeitschriften ist zulässig, wenn sie nicht gegen die Bestimmungen der Schülerzeit-schriften verstößt.

Verwaltungsvorschrift des Sächsischen Staatsministeriums für Kultus zur Änderung der Verwaltungsvorschrift über Werbung, Wettbewerbe und Erhebungen in Schulen

Az.: 31-6499.10/51 vom 07. Juni 1999

Artikel 1

Die Verwaltungsvorschrift des Sächsischen Staatsministerium für Kultus über Werbung, Wettbewerbe und Erhebungen in Schulen vom 20. August 1992 (Abl.SMK S. 16) verlängert durch Verwaltungsvorschrift vom 02. Dezember

1997 (Sächs.Abl. S. 1263) wird wie folgt geändert:

1. Ziffer 2.2 erhält folgende Fassung:
 - 2.2 Schulen sind berechtigt, von Dritten (Privatpersonen, Handwerksbetrieben, Wirtschaftsunternehmen, Stiftungen, Elternräten, Fördervereinen usw.) aufgrund von Sponsoringverträgen oder als Spenden Geldbeträge oder Sachen oder sonstige Vorteile anzunehmen, wenn
 - die Erfüllung des Schulischen Bildungs- und Erziehungsauftrages (Art. 101 SächsVerf. § 1 SächsSchulG) dadurch nicht beeinträchtigt, sonder gefördert wird, und
 - die Ordnung des Schulbetriebes und des Unterrichts nicht beeinträchtigt werden, und
 - eine wirtschaftliche oder sonstige Abhängigkeit der Schule vom Sponsor oder Spender nicht zu erwarten ist, und
 - sich die etwaige Gegenleistung der Schule auf einen Hinweis auf die Unterstützung durch den Sponsor oder Spender (z. B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen) beschränkt wobei dieser Hinweis unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors oder Spenders, jedoch ohne besondere Hervorhebung erfolgen kann, oder die Schule dem Sponsor oder Spender nur die Nutzung ihres Namens zu Werbezwecken in der Weise gestattet, dass der Sponsor oder Spender selbst zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an die Schule angemessen hinweist, und
 - die Schule an den Werbemaßnahmen nicht mitwirkt (z. B. durch Einbindung von Schü-

- lern, Schulleitung und Lehrkräften in Werbeaktionen), und
- nicht der Eindruck entsteht, in der Entscheidung für einen bestimmten Sponsor oder Spender liege eine Empfehlung der Schule zum Erwerb von dessen Leistungen oder Waren.
- 2.2.1 Berechtigt zum Abschluss von Sponsoringverträge oder zur Annahme von Spenden, die ihrem Gegenstand nach in die Zuständigkeit des Schulträgers (§§ 22, 23 SächsSchulG) fallen oder die dem Schulträger Kosten oder Folgekosten verursachen oder verursachen könnten (wie z. B. bei der Zuwendung technischer Lehrmittel), ist der Schulträger. Werden besondere Bestimmungen nicht getroffen, wird der Schulträger Eigentümer der zugewendeten Gegenstände.
- 2.2.2 Berechtigt zum Abschluss von Sponsoringverträgen oder zur Annahme von Spenden, die ihrem Gegenstand nach in den Zuständigkeitsbereich des Landes fallen (wie z. B. bei der Zuwendung von Geldmitteln für Schulprojekte), ist der Schulleiter. Die Anhörung des Schulträgers und der Schulkonferenz sind erforderlich.
- 2.2.3 Fällt der Abschluss von Sponsoringverträgen oder die Annahme von Spenden ihrem Gegenstand nach in den Zuständigkeitsbereich von Schulträger und Land oder ist die Zuständigkeit nicht eindeutig abgrenzbar, so ist neben der Anhörung der Schulkonferenz Einvernehmen zwischen Schulträger und Schulleiter erforderlich.
- 2.2.4 Hat der Schulleiter Zweifel hinsichtlich der steuerlichen Auswirkungen des Sponsoringvertrages oder der Spende, wendet er sich an das zuständige örtliche Finanzamt. Die Prüfung auf steuerliche Auswirkungen wird durch den Schulleiter nachvollziehbar aktenkundig gemacht.
- 2.2.5 Bewerben sich mehrere Sponsoren, so ist die Begründung für die Entscheidung zugunsten eines Sponsors oder bestimmter Sponsoren nachvollziehbar aktenkundig zu machen. Eine Vertragslaufzeit von 2 Jahren darf nicht überschritten werden.
- 2.2.6 Die Befugnisse der Schulaufsichtsbehörde bleiben unberührt. Der Schulleiter berichtet der obersten Schulaufsichtsbehörde auf dem Dienstweg jeweils zum 31.01. eines jeden Jahres über alle im Vorjahreszeitraum (01.01. - 31.12.) der Schule aufgrund von Sponsoringverträgen oder Spenden zugewendeten Geldbeträge, Sachen und sonstigen Vorteile, soweit ihr Wert in der Summe einen Betrag von 10.000 DM übersteigt.

SACHSEN-ANHALT
Werbung, Warenverkauf und Sponsoring an Schulen
 RdErl. Des MK vom 09.09.1998 - 31-80105-2

Die Entwicklung größerer Selbständigkeit von Schulen, verbunden mit einer verstärkten Öffnung der Schulen nach außen bringt andere und neue Kooperationsformen der Schulen mit Einzelfirmen, Dienstleistungsunternehmen und anderen Einrichtungen mit sich. Unter diesem Aspekt ist die Frage des Zusammenwirkens

von Unternehmen und Schulen unter dem Blickwinkel von Werbung und Sponsoring neu zu stellen.

Werbung, die sich - wie Sponsoring - allerdings grundsätzlich am Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule zu orientieren hat, spielt hierbei für beide Seiten eine wesentliche Rolle. Sie gänzlich aus der Schule fernzuhalten, wäre weder sachdienlich, noch würde dies dem Prinzip der Öffnung von Schule entsprechen. Sponsoring gewinnt auch für den schulischen Bereich zunehmend an Bedeutung. Es handelt sich hierbei im Gegensatz zur reinen Werbung um eine unternehmerische Kommunikations- und Beziehungsform, bei der sich Leistung (Bereitstellung finanzieller oder sächlicher Mittel durch den Sponsor) und Gegenleistung (Zulassung von „Imagewerbung“ durch den Empfänger) in der Regel entsprechen. Den Schulen wird empfohlen, sich gegebenenfalls durch das zuständige Staatliche Schulamt beraten zu lassen.

Im Hinblick auf die Vereinnahmung finanzieller Mittel durch Schulen wird angeregt, die Gründung von Schulförder- oder Elternvereinen zu veranlassen; gegebenenfalls kann auch durch den Schulträger die Bereitstellung eines entsprechenden Einnahmetitels erwogen werden.

A) Werbung und Warenverkauf an Schulen

2. Werbung ist in der Schule grundsätzlich nur dann zulässig, wenn sie dem Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule gemäß § 1 des Schulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt i.d.F. vom 27.08.1996 (GVBl. LSA S. 281), zuletzt geändert durch Gesetz vom 21.01.1998 (GVBl. LSA S. 15), nicht entgegensteht und den Ablauf des geordneten Schulbetriebes nicht beeinträchtigt; sie soll in Form und Inhalt den Interessen der Schule und der Schülerinnen und Schüler dienen. Ein Rechtsanspruch besteht nicht. Werbung für politische, religiöse oder weltanschauliche Interessen ist nicht zulässig.
3. Werbung für Alkohol-, Tabak- oder andere gesundheitsgefährdende Pro-

dukte ist innerhalb des Schulgrundstücks nicht zulässig.

4. Verkauf, unentgeltliche Abgabe von Waren sowie das Angebot von Dienstleistungen und gewerblichen Tätigkeiten, welche dem Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule entgegenstehen, ist, soweit dies nicht unter Nr. 4 fällt, auf dem Schulgrundstück nicht zulässig.
5. Der Betrieb von Mensen und Cafeterias ist gestattet. Art und Umfang des Angebots von Speisen und Getränken, die zum Verzehr in Pausen und Freistunden bestimmt sind sowie die Art des Vertriebs kann durch die Schule unter Beteiligung der Gesamtkonferenz festgelegt werden. Das Einvernehmen mit dem Schulträger ist zuvor herzustellen und, soweit erforderlich, die Zustimmung des Grundstücks- oder Gebäudeeigentümers einzuholen. Beim Verkauf von Getränken sollen umweltfreundliche Verpackungen verwendet werden (z. B. Pfandflaschen, Pappbecher usw.); der Gebrauch von Dosengetränken ist zu vermeiden.
6. Spenden oder sachliche Zuwendungen können von der Schule entgegengenommen werden, wenn sie schulischen Zwecken dienen. Die Entgegennahme von sachlichen Zuwendungen im Sinne von Satz 1, die der Inventarisierung durch den Schulträger bedürfen oder Folgekosten zu dessen Lasten verursachen können, bedarf der Zustimmung des Schulträgers. Geldspenden sind dem Schulförderverein bzw. Elternverein oder gegebenenfalls dem Schulträger abzuführen.
7. Die Gesamtkonferenz kann im Rahmen ihrer Zuständigkeiten gemäß § 28 Abs. 1 des Schulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt Grundsätze hinsichtlich Art und Form von Werbung an der Schule gemäß Nr. 1 beschließen.
8. Die Entscheidung über die Zulässigkeit von Werbung im Einzelfall trifft die Schulleiterin bzw. der Schulleiter im Rahmen der Gesamtverantwortung für die Schule gemäß § 26 Abs. 1 des

Schulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt nach Maßgabe der Beschlüsse der Gesamtkonferenz gemäß Nr. 6. Die Rechte des Schulträgers sind zu beachten.

B) Sponsoring an Schulen

1. Sponsoring in der Schule begegnet grundsätzlich nur dann keinen Bedenken, wenn diese dem Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule gemäß § 1 des Schulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt nicht entgegensteht und den Interessen der Schule sowie der Schülerinnen und Schüler nicht zuwiderläuft. Abschnitt A Nr. 2 gilt entsprechend. Die Rechte, Pflichten und Zuständigkeiten des Schulträgers werden hiervon nicht berührt.
2. Soweit Schulen Kooperationen gemäß Nr. 1 mit Betrieben, Dienstleistungsunternehmen oder anderen Einrichtungen durchführen, so ist dies grundsätzlich möglich, wenn die Identität der einzelnen Schule dabei erhalten bleibt und eine wirtschaftliche Aktivität oder Abhängigkeit der Schule nicht entsteht. Vereinbarungen über Sponsoring sollen grundsätzlich unter Beteiligung des Schulträgers erfolgen.
3. Die Gesamtkonferenz kann im Rahmen ihrer Zuständigkeiten gemäß § 28 Abs. 1 des Schulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt Grundsätze hinsichtlich Art und Form von Sponsoring festlegen.
4. Die Entscheidung über den Abschluss von Sponsoring-Vereinbarungen trifft die Schulleiterin bzw. der Schulleiter im Rahmen ihrer oder seiner Verantwortung für den Gesamtbetrieb der Schule gemäß § 26 Abs. 1 des Schulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt nach Maßgabe der Beschlüsse der Gesamtkonferenz entsprechend Nr. 3 Sponsoring-Vereinbarungen, die die Zuständigkeit des Schulträgers berühren oder berühren können, dürfen nur mit dessen Zustimmung geschlossen werden.
5. Im Falle direkter finanzieller Zuwendungen durch Sponsoren an einzelne Schulen, die den Charakter einer Spende für ein einzelnes schulisches Projekt

übersteigen, ist darauf zu achten, dass die Schule selbst derartige finanzielle Zuwendungen nicht als Einnahme verbuchen kann. Die Verwendung derartiger Beträge durch die Schule kann nur im Einvernehmen mit dem Schulträger erfolgen. Gegebenenfalls sind diese Zuwendungen dem Schulträger bzw. einem Schulförder- oder Elternverein usw. abzuführen.

6. Für den Fall der Zuwendung von Sachmitteln, die der Inventarisierung bedürfen, ist zuvor das Einvernehmen mit dem Schulträger herzustellen. Dies gilt insbesondere dann, wenn mit der Entgegennahme von Sachmitteln Folgekosten zu Lasten des Schulträgers verbunden sein können.

SCHLESWIG-HOLSTEIN

Im Gesetz zur Änderung des Schleswig-Holsteinischen Schulgesetzes vom 18.09.1998 ist für Werbung in § 49 folgende Regelung vorgesehen:

»(1) Waren aller Art dürfen in öffentlichen Schulen während der Unterrichtszeit weder angeboten noch verkauft werden. Werbung für Alkohol-, Tabak- oder andere gesundheitsgefährdende Produkte ist innerhalb des Schulgrundstücks nicht zulässig.

Dies gilt entsprechend für den Abschluss sonstiger Geschäfte mit Ausnahme des Schulsparens. Ebenso unzulässig sind die Weitergabe von Unterlagen über Schülerinnen, Schüler oder Eltern zu Werbezwecken und zu sonstigen Erhebungen sowie Werbemaßnahmen aller Art (mit Ausnahme der Anzeigen in periodischen Druckschriften). Nicht unter das Werbeverbot fallen Maßnahmen, die vorrangig den Bildungs- und Erziehungszielen der Schule dienen, auch wenn dabei eine Werbewirkung unvermeidlich ist.«

»(5) Die oberste Schulaufsichtsbehörde kann allgemeine Ausnahmen von den Absätzen 1 und 2 zulassen.«

Die Regelung des § 49 wird ergänzt durch § 3 Abs. 2:

»Die öffentlichen Schulen können auf der Grundlage einer allgemein oder im Ein-

zelfall erteilten Vollmacht und im Rahmen der ihnen zu Verfügung stehenden Mittel in Erfüllung ihres Bildungs- und Erziehungsauftrages Rechtsgeschäfte mit Wirkung für den Schulträger oder das Land abschließen und Verpflichtungen eingehen. Dabei handelt die Schulleiterin oder der Schulleiter in Vertretung des Schulträgers oder des Landes.«

THÜRINGEN

Gem. § 56 SchulG ist kommerzielle Werbung in der Schule grundsätzlich nicht zulässig. Allerdings wird momentan eine Änderung erwogen, die die Öffnung für Sponsoring in Schulen möglich macht.

3.1.5 Der Förderverein hilft - Erläuterungen zur Rolle des Fördervereins

Beitrag Seite 92-97
Andreas Stuhlmüller, Landesverband schulischer Fördervereine, Witten

Einleitung

Beim Sponsoring haben Fördervereine insbesondere im schulischen Bereich eine stetig wachsende Bedeutung gewonnen. Einer der Gründe für die zunehmende Zahl und Bedeutung der Fördervereine liegt in der Einsicht, dass das hohe Gut Bildung nicht zum Nulltarif zu haben ist. Innerhalb dieser Einsicht kann die Motivation für eine Mitgliedschaft unterschiedlich sein. Ist der Beitritt von Eltern in der Regel von der unmittelbaren Sorge um eine fruchtbare Ausbildung ihres Kindes getragen, so sind die Motive ehemaliger Schüler abstrakter und eher von einer inneren Verbundenheit mit »ihrer« Schule geleitet, die ihnen in der Vergangenheit einen angemessenen Bildungsstand vermittelte. Die Mitgliedschaft der Schulleitung und/oder (Teilen) des Lehrerkollegiums kann dem Wunsch entspringen, die materiellen Lehrvoraussetzungen zu verbessern aber auch Ausdruck einer gemeinsam von Eltern, Lehrern und Schülern getragenen »Gemeinschaftsaufgabe Schule« sein, ein Indiz für ein positives Schulklima.

Ein Verein kann gegründet sein, um ein einmaliges Ziel zu erreichen. In den meisten Fällen ist der Vereinszweck jedoch auf Dauer angelegt und besteht in der laufenden Unterstützung der Schule. Die Satzung und Organisation eines Vereins sollte so gestaltet sein, dass der Bestand und die Arbeit unabhängig von der Mitgliedschaft einzelner oder einer Gruppe gewährleistet ist. Der Vorstand ist gut beraten, eindeutige Zuständigkeiten zu Beginn seiner Tä-

tigkeit zu regeln und auf die Einhaltung zu achten.

Das Hauptaugenmerk eines Fördervereins liegt sicherlich in der unterstützenden Arbeit für die Schule, im Sammeln von Geldmitteln und deren sinnvollen und satzungsmäßigen Verwendung. Als Nebenpflicht sind aber auch steuerliche Vorschriften zu achten, wenn dies auch zunächst nicht immer allgemein bekannt ist oder gerne übersehen wird.

Der Gesetzgeber hat das Gemeinnützigkeitsrecht seit 1990 durch das Vereinsförderungsgesetz neu geordnet und den Vereinen einen relativ weiten Rahmen gegeben, innerhalb dessen sie sich steuerbegünstigt bewegen können. Dieser Rahmen dürfte für die meisten Schulfördervereine durchaus ausreichend sein und auch die Arbeitsbelastung aufgrund steuerlicher Vorschriften für die Vorstände auf einem zumutbaren Maß halten.

Die steuerlichen Pflichten aber auch die Möglichkeiten für einen Schulförderverein werden nachstehend in einem Umfang beschrieben, der die Mehrzahl der Fälle abdecken sollte. Auf die Darstellung spezieller Probleme und Sachgebiete wird im Interesse der Übersichtlichkeit verzichtet. Die Ausführungen sollen dem Praktiker vor Ort Hilfestellung bei der Bewältigung der steuerlichen Aufgabenstellung sein; sie erhebt nicht den Anspruch einer steuerlichen Fachkommentierung. Vor diesem Hintergrund werden teilweise bewusst vereinfachende Betrachtungen, nicht jede Vorschriften in all ihren Verästelungen verfolgende Ausführungen gewählt.

Steuerbegünstigte Zwecke

Steuerbegünstigte Zwecke sind in §§ 51 - 68 Abgabenordnung (AO) geregelt. Danach ist begünstigt die ausschließliche und unmittelbare Ausübung gemeinnütziger, mildtätiger oder kirchlicher Zwecke durch eine Körperschaft. In verschiedenen Einzelgesetzen sind teilweise noch religiöse und wissenschaftliche Zwecke genannt, die systematisch jedoch eine Unterart der gemeinnützigen Zwecke darstellen.

Die Tätigkeit eines schulischen Fördervereins wird im Regelfall den gemeinnützigen Zwecken zuzuordnen sein, die in § 52 AO definiert sind. Danach verfolgt eine Körperschaft gemeinnützige Zwecke, wenn ihre Tätigkeit darauf gerichtet ist, die Allgemeinheit auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet selbstlos zu fördern. Die Vorschrift enthält einen Katalog insbesondere anzuerkennender Vereinszwecke. Für die meisten schulischen Fördervereine ist die im Gesetz genannte Förderung von Bildung und Erziehung einschlägig, im Einzelfall vielleicht auch die Förderung von Wissenschaft und Forschung. Übernimmt ein Verein neben der materiellen Unterstützung weitere Aufgaben an der Schule, wie z.B. Betreuungsarbeit vor und nach dem Unterricht (»Schule von acht bis eins«), liegt außerdem Förderung der Jugendhilfe vor, die ebenfalls begünstigt ist.

Die steuerlichen Vorschriften verlangen die selbstlose Förderung der Allgemeinheit, d. h. eigennütziges Handeln des Vereins oder seiner Mitglieder widerspricht

den Steuerbegünstigungen. Die Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden. Bei Auflösung dürfen die Vereinsmitglieder keine Zuwendungen aus Mitteln des Vereins erhalten.

Die Vorschrift über die Ausschließlichkeit der Ausübung begünstigter Zwecke, besagt, dass eine Körperschaft nur ihre steuerbegünstigten satzungsmäßigen Zwecke verfolgt. Es können mehrere steuerbegünstigte Zwecke nebeneinander ausgeübt werden (Bildung und Jugendhilfe), nicht aber ein nicht begünstigter Zweck (z.B. Durchführung von Tanzveranstaltungen, Discos) neben dem begünstigten Zweck.

Die Begünstigung liegt zunächst einmal in verschiedenen Steuerbefreiungen, die in den jeweiligen Einzelsteuergesetzen geregelt sind. Eine steuerbegünstigte Körperschaft ist u. a. von der Belastung mit Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer befreit, soweit die Einkünfte nicht aus einem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb erzielt werden.

Eine weitere bedeutsame Vergünstigung besteht darin, dass die Spenden und Beiträge an den Verein vom Spender mindernd bei der Ermittlung seines steuerlichen Einkommens geltend gemacht werden können. Die Bereitschaft, einen Verein und dessen Zielsetzung finanziell zu unterstützen, wird so spürbar gesteigert.

Gründung eines Fördervereins

Zivilrechtliche Erfordernis

Wird die Gründung eines Fördervereins erwogen, sind einige formelle Arbeiten in Angriff zu nehmen, die zunächst nicht durch das Steuerrecht begründet sind. Die Darstellung der bürgerlich-rechtlichen Vorschriften sind an dieser Stelle begrenzt auf einige wenige Gründungshandlungen für die Installation eines nichtwirtschaftlichen in das Vereinsregister einzutragenden Vereins. Bei speziellen Problemen sollte die Fachkenntnis eines Juristen hinzugezogen werden.

Der Verein erhält die Rechtsfähigkeit gem. § 21 BGB durch Eintragung in das Vereinsregister. Die erforderliche Mindestmitgliederzahl für die Gründung beträgt sieben Personen. Der Verein muss sich eine Satzung geben, die den Vereinszweck, den Namen und den Sitz des Vereins enthält und ergibt, dass der Verein eingetragen werden soll.

Die Satzung soll außerdem Regelungen enthalten über

1. den Eintritt und Austritt der Mitglieder;
2. darüber, ob und welche Beiträge von den Mitgliedern zu leisten sind;
3. über die Bildung des Vorstandes;
4. über die Voraussetzungen, unter denen die Mitgliederversammlung zu berufen ist, über die Form der Berufung und über die Beurkundung der Beschlüsse.

Die neu geschaffene Satzung soll von mindestens sieben Vereinsmitgliedern unterzeichnet sein und das Datum der Errichtung enthalten. Der Vorstand hat den Verein zur Eintragung anzumelden und der Anmeldung beizufügen:

1. Satzung in Urschrift und Abschrift
2. eine Abschrift der Urkunden über die Bestellung des Vorstandes (i. d. R. Protokoll der Gründungsversammlung)

Erklärungen über Anmeldungen zum Vereinsregister sind grundsätzlich in öffentlich beglaubigter Form vorzunehmen. Der Vorstand hat hierzu die schriftliche Anmeldung vor einem Notar zu unterzeichnen und den Beglaubigungsvermerk des Notars beizubringen. Mit der Eintragung in das Vereinsregister erhält der Verein den Zusatz »eingetragener Verein« (e. V.).

Steuerrechtliche Erfordernis

Die oben dargestellten Voraussetzungen für die Anerkennung der steuerbegünstigten Zwecke müssen sich in der Satzung wiederfinden. Zur Vermeidung von Wiederholungen wird auf die Ausführungen dort und auf die BMF-Mustersatzung verwiesen, die im Werkzeugkasten unter 4.1 wiedergegeben ist.

Die Mustersatzung stellt die aus steuerlicher Sicht notwendigen Angaben dar. Die

darüber hinaus aus vereinsrechtlichen Erwägungen erforderlichen oder sinnvollen Regelungen sind zu ergänzen. In der äußeren Form und der numerischen Anordnung der einzelnen Regelungen sind Abweichungen möglich, sofern sich die in der Mustersatzung enthaltenen Bestandteile in der Vereinssatzung wiederfinden.

Von den in § 1 der Mustersatzung genannten steuerbegünstigten Zwecke dürfen beim schulischen Förderverein im Regelfall die gemeinnützigen zur Anwendung kommen. Liegen, wie im dem oben genannten Beispielsfall angenommen, mehrere Aufgabenstellungen vor, z.B. in Form von Mittelbeschaffung für Ausbildung an der Schule und daneben Schülerbetreuung, sollte dies in der Satzung Ausdruck finden. Als Vereinszweck ist sowohl Förderung von Bildung und Erziehung als auch Förderung der Jugendhilfe anzugeben. Die Angabe, wie der Vereinszweck insbesondere erreicht wird, sollte nicht fehlen. Hier sind Formulierungen denkbar wie z.B.:

»Ideelle und materielle Unterstützung der XXX-Schule« oder »Betreuung und Beaufsichtigung von Schülern während unterrichtsfreier Zeit innerhalb der Schulzeiten der XXX-Schule«.

Weitergehende Spezifizierungen, detailliertere Angaben sowie zusätzliche Aufgabenstellungen sind im Einzelfall natürlich möglich und sinnvoll. Wesentlich ist die erkennbare Zuordnung zu einem im Gesetz genannten begünstigten Zweck.

Auch wenn für den neugegründeten Verein noch keine Steuerveranlagung durchgeführt wurde, kann beim Finanzamt eine vorläufige Bescheinigung über die Gemeinnützigkeit unter Vorlage der neuen Satzung erreicht werden. Diese wird in der Regel befristet und unter der Voraussetzung der freien Widerrufbarkeit erteilt.

Laufende steuerliche Verpflichtungen

Laufender Vereinsbetrieb

Im laufenden Vereinsbetrieb hat jeder Vorstand auf die Einhaltung der satzungsmäßigen Aufgabenstellung zu achten. Diese ohnehin selbstverständlich erscheinende

Forderung ist letztlich aus steuerlichen Gründen bei jeder Ausgabe zu beachten. Die Mittelverwendung muss dem Satzungszweck entsprechen. Bei Anschaffungen, die unmittelbar dem Schulbetrieb dienen, dürfte der Satzungsbezug un-

schwer abzuleiten sein. Was aber ist mit Aufwendungen, die dies nicht mehr eindeutig erkennen lassen? Dient beispielsweise ein Zuschuss zu einer Jubiläumsfeier noch dem Zweck Förderung von Bildung und Erziehung? In kritischen Fällen ist der Vorstand gut beraten, vor Tätigung einer Ausgabe die Satzung zur Hand zu nehmen und die Verwendung zu prüfen. Ggf. sollte die Begründung für die Ausgabe und deren Übereinstimmung mit der Satzung als Bestandteil der Beschlussfassung protokolliert werden.

Unterhält der Verein neben seinem ideellen Bereich einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb, dürfen Mittel aus dem begünstigten Bereich (Spenden, Beiträge) nicht dauerhaft zum Ausgleich von Verlusten des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs verwendet werden.

Die Mittel des Vereins sind zeitnah zu verwenden. Es darf sich nicht um einen »Sparverein« handeln. Rücklagenbildung lässt das Gesetz in bestimmten Fällen jedoch zu. Werden z.B. Mittel für eine Baumaßnahme oder andere Vorhaben zusammengetragen, die eine längere Zeit des Sparens und Sammelns in Anspruch nehmen, ist es zulässig, eine gebundene Rücklage zu bilden. Die Maßnahme muss allerdings hinreichend konkretisiert werden.

Darüber hinaus ist die Bildung einer freien Rücklage in Höhe von $\frac{1}{4}$ der jährlichen Überschüsse aus Vermögensverwaltung möglich, ohne dass eine Zweckbindung nachzuweisen ist. Zu den Einkünften aus Vermögensverwaltung zählen z.B. Zinsen, Mieteinnahmen u. ä., nicht dagegen Mitgliedsbeiträge, Spenden oder Zuschüsse.

Die Rechnungslegung des Vereins muss nachvollziehbar sein. Dies versteht sich eigentlich von selbst, muss doch der Vorstand auch gegenüber den Mitgliedern die Ordnungsmäßigkeit der Kassenführung belegen können. Die ordnungsgemäße Aufzeichnung der Einnahmen und Ausgaben dient aber auch der Prüfmöglichkeit des Finanzamtes, ob die tatsächliche Geschäftsführung des Vereins mit der satzungsmäßigen Aufgabenstellung übereinstimmt. Eine bestimmte Form, insbesonde-

re eine doppelte Buchführung und Aufstellung einer Bilanz, ist nicht erforderlich. Allerdings sollten sich die Entwicklung der Bestände sowie Einnahmen und Ausgaben in angemessener Zeit nachvollziehen lassen.

Steuererklärungspflicht

Die Einhaltung der oben genannten Voraussetzungen wird vom Finanzamt i. d. R. in Abschnitten von drei Jahren geprüft. Hierzu ist auf amtlichen Vordrucken die »Erklärung zur Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer von Körperschaften, die gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken dienen« einzureichen. Neben den allgemeinen Angaben zu Sitz, Satzung, Beschlüssen zu Mitgliedsbeiträgen und Auskunft darüber, ob sich in diesem Bereich Veränderungen ergeben haben, sind die Aufzeichnungen über Einnahmen und Ausgaben, Kassenberichte und eventuell Berichte über die Kassenprüfung der letzten drei Jahre offenzulegen.

Ergeben sich keine Beanstandungen, erteilt das Finanzamt den Körperschaftsteuer-Freistellungsbescheid. Die Einkünfte des Vereins unterliegen demnach keiner steuerlichen Belastung.

Ausstellung von Spendenbescheinigungen

Weitere positive Folge des erteilten Körperschaftsteuer-Freistellungsbescheides ist die damit im Regelfall verbundene Berechtigung, steuerlich wirksame Spendenbescheinigungen auszustellen. Ein Muster für eine Spendenbescheinigung in der vom BMF vorgegebenen Fassung ist im Werkzeugkasten Kap. 4.1 zu finden. Neben den Angaben über die Person des Spenders und Höhe der Zuwendung sind die Daten des Körperschaftsteuer - Freistellungsbescheides des oder - bei Neugründung - der vorläufigen Bescheinigung auszuweisen und zu bestätigen, dass die Spende nur zu den angegebenen begünstigten Zwecken verwendet wird. Um die Abzugsfähigkeit zu gewährleisten, soll der letzte Freistellungsbescheid nicht älter als fünf Jahre und eine vorläufige Freistellung nicht älter als drei Jahre sein.

Sachspenden sind mit dem Verkehrswert der gespendeten Sache zu bewerten. Neben dem Wert muss aus der Spendenbestätigung der Spendengegenstand ersichtlich sein.

Unentgeltliche Nutzungen und Leistungen, z.B. der Wert der Arbeitsleistung eines Vorstandsmitglieds, sind gem. § 10 b EStG vom Spendenabzug ausgeschlossen. Nur wenn für eine Leistung tatsächlich ein

durchsetzbarer Entgeltanspruch besteht, auf den im Nachhinein verzichtet wird, kann in Höhe des Wertes, auf den verzichtet wurde, eine Spendenbescheinigung ausgestellt werden. Vor dem Ausstellen sogenannter Gefälligkeitsbescheinigungen ist zu warnen. Wer grob fahrlässig oder vorsätzlich eine falsche Bescheinigung ausstellt, haftet persönlich für die entgangene Steuer in Höhe von 40% des zu Unrecht bescheinigten Betrages.

Beurteilung wirtschaftlicher Geschäftsbetriebe

Es ist denkbar, dass ein Verein nicht nur Beitrags- und Spendeneinnahmen erzielen möchte, sondern seine Wirkungsmöglichkeiten durch aktives wirtschaftliches Handeln steigert. Wie zuvor geschildert, ist für das Finanzamt auf der Ausgabenseite die satzungsmäßige Verwendung Gegenstand der Prüfung. Auf der Einnahmenseite ist für den Fiskus von Interesse, ob sich hier alles im Rahmen des ideellen Vereinsbereichs bewegt oder ob daneben ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb unterhalten wird. Einnahmen im ideellen Bereich sind zum Beispiel Spenden, Mitgliedsbeiträge und Zinsen. Sie sind für den Verein steuerlich unproblematisch. Ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb kann entstehen durch An- und Verkauf von Waren, z.B. in Form eines Schulki-osks oder durch regelmäßige Durchführung von Basaren. Er hat zur Konsequenz, dass der hieraus erzielte Gewinn der Besteuerung durch Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer unterliegt, wenn die zulässigen Grenzen überschritten sind. Die Verwendung des Gewinns aus dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb für den ideellen Bereich verhindert nicht die Besteuerung.

Leistungen aus zunehmend anzutreffenden Sponsoringvereinbarungen können je nach Sachverhalt sowohl dem ideellen Vereinsbereich als auch einem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zuzuordnen sein. Stellt der Verein einem Sponsor nur seinen Namen in der Weise zur Verfügung, dass dieser zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an den Verein hinweist, ist dies dem ideellen Bereich zuzuordnen. Ein wirtschaftlicher

Geschäftsbetrieb liegt auch dann nicht vor, wenn der Empfänger der Leistungen z.B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung, erfolgen. Ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt dann vor, wenn der Verein an den Werbemaßnahmen aktiv mitwirkt.

Eine wesentliche Erleichterung hat der Gesetzgeber den Vereinen für die Behandlung wirtschaftlicher Geschäftsbetriebe an die Hand gegeben. Soweit im übrigen Vereinsbereich die Voraussetzungen für die steuerliche Begünstigung vorliegen und die gesamten Einnahmen aus allen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben eines Vereins 60.000 DM nicht übersteigen, werden die Gewinne nicht besteuert. Die entsprechenden Angaben sind in der Erklärung zur Überprüfung der Gemeinnützigkeit zu machen.

Wird ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb unterhalten, empfiehlt es sich, die dort erzielten Einnahmen und die getätigten Ausgaben getrennt vom übrigen Vereinsbereich aufzuzeichnen, auch wenn die Einnahmen die Grenze von 60.000 DM voraussichtlich nicht übersteigen werden.

Unabhängig von der Höhe der Einnahmen unterliegt ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb mit seinen Einkünften dann nicht der Besteuerung, wenn er als Zweckbetrieb anerkannt ist. Ein Zweckbetrieb liegt vor, wenn die steuerbegünstigten Zwecke

nur durch einen solchen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb erreicht werden können.

Er wird bei schulischen Fördervereinen relativ selten anzutreffen sein.

Vereine und Umsatzsteuer

Unabhängig von der ertragsteuerlichen Einordnung sind Leistungen aus umsatzsteuerlicher Sicht zu beurteilen. Umsatzsteuerbare Tatbestände sind sowohl im ideellen Bereich als auch in einem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb denkbar. Keine Steuer entfällt auf Spenden, Beiträge, Zuschüsse und Zinsen. Leistungen, die Umsatzsteuer auslösen können, sind beispielsweise Sponsoringleistungen, Veröffentlichungen von Anzeigenwerbung in einer Schulzeitschrift, Verkäufe an einem Schulkiosk oder bei Schulbasaren. Die Umsatzsteuer beträgt im Regelfall 16% aus den erzielten Einnahmen. Entsteht die Steuer für Leistungen im ideellen Bereich oder beim Verkauf bestimmter Güter, z.B. Lebensmittel, ist der ermäßigte Steuersatz von 7% anzuwenden.

Eine allgemeine Vorschrift, die sogenannten Kleinunternehmern Erleichterung verschafft, ist auch für viele Vereine eine

Lösung. Auf die Besteuerung der grundsätzlich steuerpflichtigen Umsätze wird verzichtet, wenn die steuerbaren Umsätze im vergangenen Jahr 32.500 DM nicht überstiegen haben und im laufenden Jahr 100.000 DM voraussichtlich nicht übersteigen wird. Die Umsatzgrenze von 32.500 DM wird von den meisten Fördervereinen nicht erreicht, so dass eine Belastung nicht entsteht.

Liegen die Umsätze über dieser Grenze, wird der Verein die abzuführende Umsatzsteuer in seiner Kalkulation berücksichtigen müssen. Neben entsprechenden Aufzeichnungspflichten hat er monatlich oder vierteljährlich Umsatzsteuer-Voranmeldungen abzugeben und die endgültige Berechnung einmal jährlich in einer Umsatzsteuererklärung vorzunehmen. Die angemeldete bzw. erklärte Steuer ist an das Finanzamt abzuführen.

Zusammenfassung

Bei entsprechender Satzungsgestaltung und Einhaltung der satzungsmäßigen Aufgabenstellung werden sich einem schulischen Förderverein keine unüberwindbaren Hindernisse für die Anerkennung als steuerbegünstigte Körperschaft stellen. Auf eine ordnungsmäßige Rechnungslegung sollte jeder Vereinsvorstand auch aus steuerlichen Gründen achten. Die Einnahmen-Grenzen 60.000 DM für Körperschaft- und Gewerbesteuer und 32.500 DM für Umsatzsteuer geben den Vereinen die Möglichkeit, in beschränktem Umfang die Mittel und damit die Wirkungsmöglichkeiten durch wirtschaftliche Aktivitäten ohne steuerliche Belastung zu steigern. Möglicher Partner und Interessenvertreter der Schulfördervereine in Nordrhein-Westfalen ist der

Landesverband Schulischer Fördervereine NRW und Bundesverband der Fördervereine in der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Hörder Straße 332,
58454 Witten
Tel. 02302 / 94 12 50
Fax 02302 / 94 12 51

Der Verband unterstützt seine Mitgliedsvereine u. U. auch finanziell bei auftretenden rechtlichen oder steuerlichen Fragen.

3.2 Die steuerrechtliche Seite

Beitrag Seite 98-103
 Horst Eversberg, Dr. Ingo van Lishaut
 Finanzministerium Nordrhein-Westfalen

»SPONSERN ODER SPENDEN«

Unternehmen und Privatleute können schulische Zwecke zum einen im Wege der Spende fördern. Die Spende ist im Rahmen gewisser Höchstgrenzen steuerlich abziehbar, wenn sie zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke unentgeltlich, also ohne Gegenleistung unmittelbar an die Schule, an das Schulamt der Stadt oder an einen Schulförderverein erbracht wird. Die Spendeneinnahme wird beim Empfänger der Zuwendung nicht besteuert.

In neuerer Zeit ist für Unternehmen neben die Spende als weiterer Förderweg das Sponsoring getreten. Der Sponsor handelt im Gegensatz zum Spender nicht unentgeltlich, sondern verfolgt mit seiner Fördermaßnahme Ziele der Unternehmenswerbung und Öffentlichkeitsarbeit. Sponsorleistungen beruhen häufig auf einem förmlichen Vertrag zwischen dem sponsernden Unternehmen und der Schule. Während der Sponsor sich zu bestimmten Geld- oder Sachzuwendungen verpflichtet, übernimmt die Schule es in aller Regel, auf die Fördertätigkeit des Sponsors in vertraglich näher festgelegter Form öffentlich aufmerksam zu machen. Die Aufwendun-

gen des Sponsors werden im Allgemeinen als Betriebsausgaben steuerlich abziehbar sein. Die Einnahmen aus dem Sponsorverhältnis sind bei der Schule bzw. bei dem Förderverein unter Umständen steuerpflichtig. Soweit nämlich die Schule bzw. der Förderverein Werbeleistungen erbringen, müssen sie aus Gründen der Gleichbehandlung und des Wettbewerbsschutzes wie ein normales Werbeunternehmen ggf. Steuern zahlen.

Wegen der möglichen Steuerfolgen beim Empfänger sollte der Weg des Sponsoring nur beschränkt werden, wenn der klassische Weg der Spende aufgrund der besonderen Umstände der geplanten Fördermaßnahme unzureichend erscheint. Der Vorteil des Sponsoring scheint auf den ersten Blick im Fehlen einer Höchstgrenze für den Steuerabzug einerseits, sowie in der möglichen Werbewirkung andererseits zu liegen. Man muss allerdings bedenken, dass auch die Spende in gewissem Umfang mit einer Werbefolge verbunden sein kann, wie die nachfolgende Darstellung zeigen wird. Die Höchstgrenzen des Spendenabzugs stellen oft kein Problem dar, zumal sie nach den Erfahrungen der Finanzverwaltung von der weit überwiegenden Zahl der Unternehmen nicht ausgeschöpft werden.

Die bisherigen Aussagen lassen sich im Überblick wie folgt zusammenfassen:

Schulförderung durch ...	Spende	Sponsoring
Zuwendender	Unternehmen oder Privatperson	Unternehmen
Empfänger	Schule, Schulamt, Förderverein	Schule, Förderverein oder ggf. sonstige schulnahe Institution
Ziel	unentgeltliche Förderung (Werbewirkung allenfalls eingeschränkt)	unternehmerische Ziele der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
Verfahren	Zuwendungsbestätigung	Sponsorvertrag
steuerliche Berücksichtigung der Förderaufwendungen	Spendenabzug innerhalb gesetzlicher Höchstgrenzen	Abzug als Betriebsausgaben, sofern betrieblich veranlasst
Besteuerung der Fördereinnahmen bei Schule oder Förderverein	nein	ggf. ja

Nachfolgend wird zunächst auf die Spende (Abschnitt II) und dann auf das Sponsoring im eigentlichen Sinn eingegangen (Abschnitt III). An dieser Stelle können nur grundlegende Hinweise gegeben werden; in Zweifelsfällen sollte ein Steuerberater

hinzugezogen werden. Zu beachten ist auch, dass das Steuerrecht ständigen Veränderungen unterliegt. Die vorliegende Darstellung beruht auf dem Rechtsstand zum Jahreswechsel 2000/2001.

Spende

Aufwendungen zur Finanzierung von schulischen Theaterveranstaltungen, zur Beschaffung von Computern oder Schulmitteln u.a.m. können als Spenden bei der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer abziehbar sein.

Die Einkommensteuer wird von natürlichen Personen gezahlt; die Körperschaftsteuer ist „die Einkommensteuer“ der juristischen Personen, wie z.B. der Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH) oder der Aktiengesellschaften (AG). Wenn ein Gewerbe betrieben wird, tritt neben die Einkommensteuer oder Körperschaftsteuer ggf. noch Gewerbesteuer. Keine Gewerbesteuer zahlen Landwirte und Freiberufler wie z.B. Ärzte, Rechtsanwälte oder Steuerberater. Die Höchstgrenze des Spendenabzugs beträgt 5% des Gesamtbetrags der Einkünfte, oder 2 Promille der Summe der Umsätze, Löhne und Gehälter des Unternehmens. An die Stelle des einkommenssteuerlichen „Gesamtbetrags der Einkünfte“ tritt bei der Körperschaftsteuer das „Einkommen“ und bei der Gewerbesteuer der »Gewinn aus Gewerbebetrieb«.

Hat beispielsweise die Schmitz GmbH ein Einkommen von 10 Mio. DM, so kann sie bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen Spenden bis 500.000 DM körperschaftsteuer- und gewerbesteuermindernd absetzen. Die Steuerentlastung liegt für Spenden im Jahr 2000 zumeist in der Größenordnung von 250.000 DM und für Spenden ab dem Jahr 2002 bei 200.000 DM; die genaue Höhe ist im Einzelfall jeweils noch von weiteren Faktoren abhängig.

Zu den begünstigten Spenden gehören Geldzahlungen und Sachleistungen, nicht aber Nutzungsüberlassungen oder Dienstleistungen. Aufwandsspenden sind nur abziehbar, wenn gegenüber dem begünstigten Empfänger ein vertraglicher oder

satzungsmäßiger Erstattungsanspruch besteht und der Spender auf die Erstattung verzichtet; der Anspruch darf nicht unter der Bedingung des Verzichts eingeräumt worden sein. Sachspenden sind grundsätzlich mit dem Verkehrswert (gemeinen Wert) des Gegenstandes anzusetzen; dagegen ist der geringere Buchwert anzusetzen, wenn die gespendete Sache zuvor dem Betriebsvermögen zum Buchwert entnommen worden ist.

Die Aufwendung muss zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke erfolgen. Der Zweck „Erziehung, Volks- und Berufsbildung einschließlich der Studentenhilfe“ ist für den Spendenabzug allgemein als besonders förderungswürdig i.S.d. § 10b Abs. 1 des Einkommensteuergesetzes anerkannt (vgl. Anlage 1 zu § 48 Abs. 2 der Einkommensteuer - Durchführungsverordnung Abschnitt A Nr. 4).

Die Zuwendung hat freiwillig und unentgeltlich zu sein. Nicht unentgeltlich ist z.B. der Beitrag der Eltern für die Teilnahme des eigenen Kindes an einer Klassenfahrt.

Empfänger der Zuwendung muss unmittelbar die Schule, das Schulamt der Stadt oder ein gemeinnütziger Schulförderverein sein. Zum Förderverein und zu seiner Gemeinnützigkeit wird auf die Broschüre „Vereine und Steuern“ des Finanzministeriums NRW verwiesen (erhältlich beim Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Finanzministeriums NRW, Jägerhofstraße 6, 40479 Düsseldorf). Die Schule bzw. das Schulamt sind zwar selbst nicht "gemeinnützig"; sie können aber im Rahmen ihrer öffentlichen Aufgabe steuerbegünstigte Zwecke verfolgen und sind insoweit ebenfalls zum Empfang steuerlich abziehbarer Spenden berechtigt.

Schule bzw. Förderverein haben die empfangenen Mittel zeitnah für den begünstigten Zweck einzusetzen. Sie erteilen dem Spender - als notwendige Voraussetzung für den Spendenabzug - eine Zuwendungsbestätigung nach den beigefügten Mustern, die gemäß § 50 Abs. 1 der Einkommensteuer-Durchführungsverordnung vom Bundesministerium der Finanzen im Einvernehmen mit den obersten Finanzbehörden der Länder als amtlich vorgeschriebene Vordrucke bestimmt worden sind. Bei Zuwendungen an die Schule oder das Schulamt ist die Bestätigung über Zuwendungen an inländische juristische Personen des öffentlichen Rechts oder inländische öffentliche Dienststellen, bei Zuwendungen an den Förderverein die Bestätigung über Zuwendungen an eine der in § 5 Abs. 1 Nr. 9 des Körperschaftsteuergesetzes bezeichneten Körperschaften

zu verwenden. Im Übrigen sind unterschiedliche Bestätigungen zu verwenden, je nachdem, ob es sich um eine Geldzuwendung oder eine Sachzuwendung handelt. Hinweise zur Verwendung dieser verbindlichen Muster enthält auch das Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen vom 2.06.2000, veröffentlicht im Bundessteuerblatt 2000 Teil I Seite 592. Zur Vereinfachung genügt bei Spenden bis zu 100 DM für den Nachweis der Bareinzahlungsbeleg oder die Buchungsbestätigung nach näherer Maßgabe des § 50 Abs. 2 Nr. 2 der Einkommensteuer - Durchführungsverordnung. Der Mitgliedsbeitrag an den Förderverein ist ebenfalls spendenbegünstigt.

Bei falscher Ausstellung von Zuwendungsbestätigungen können u.U. Straftatbestände erfüllt sein und Haftungsvorschriften zur Anwendung gelangen.

Sponsoring

ABZUG ALS BETRIEBSAUSGABE BEIM SPONSOR. Anstelle einer Spende könnte die in Abschnitt II erwähnte Schmitz GmbH auch eine Sponsor-Zuwendung erbringen, die unter den nachstehenden Voraussetzungen als Betriebsausgabe steuerlich abziehbar ist. Die Steuerwirkungen sind - bis auf das Fehlen einer Höchstgrenze - grundsätzlich die Gleichen wie in Abschnitt II für die Spende dargestellt.

Das als Anlage (vergl. Kap.5.2) beigefügte Schreiben des Bundesfinanzministeriums vom 18.02.98, Bundessteuerblatt (Teil I) 1998 Seite 212 führt allgemein - also nicht nur für den Bereich des Schulsponsorings - folgendes aus:

»(3) Aufwendungen des Sponsors sind Betriebsausgaben, wenn der Sponsor wirtschaftliche Vorteile, die insbesondere in der Sicherung oder Erhöhung seines unternehmerischen Ansehens liegen können ..., für sein Unternehmen erstrebt oder für Produkte seines Unternehmens werben will. Das ist insbesondere der Fall, wenn der Empfänger der Leistungen auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf den von ihm benutzten

Fahrzeugen oder anderen Gegenständen auf das Unternehmen oder auf die Produkte des Sponsors werbewirksam hinweist. Die Berichterstattung in Zeitungen, Rundfunk oder Fernsehen kann einen wirtschaftlichen Vorteil, den der Sponsor für sich erstrebt, begründen, insbesondere, wenn sie in seine Öffentlichkeitsarbeit eingebunden ist oder der Sponsor an Pressekonferenzen oder anderen öffentlichen Veranstaltungen des Empfängers mitwirken und eigene Erklärungen über sein Unternehmen oder seine Produkte abgeben kann.

(4) Wirtschaftliche Vorteile für das Unternehmen des Sponsors können auch dadurch erreicht werden, dass der Sponsor durch Verwendung des Namens, von Emblemen oder Logos des Empfängers oder in anderer Weise öffentlichkeitswirksam auf seine Leistungen aufmerksam macht.«

Für den Sponsor steht also die Werbewirkung der Maßnahme im Vordergrund. Allerdings ist das Merkmal der Werbewirkung für die Praxis oft nicht hinreichend trennscharf. Denn auch für eine Spende darf selbstverständlich ein öffentlichkeits-

wirksames »Dankeschön« gesagt werden. Wird am Rande der geförderten Veranstaltung, auf Veranstaltungsplakaten oder als Aufschrift auf dem gespendeten Gegenstand ein Spenderhinweis gegeben, so kann der Vorgang von den Beteiligten unter den dargestellten Voraussetzungen zwar als Sponsoring behandelt werden. Es kann aber alternativ auch die Behandlung als Spende in Betracht kommen, sofern der Spenderhinweis nicht als Werbung, sondern als sozial üblicher Dank erscheint. Die Beteiligten müssen für eine zweifelsfreie Festlegung sorgen.

Nochmals der Bundesfinanzminister:

»(5) Für die Berücksichtigung der Aufwendungen als Betriebsausgaben kommt es nicht darauf an, ob die Leistungen notwendig, üblich oder zweckmäßig sind; die Aufwendungen dürfen auch dann als Betriebsausgaben abgezogen werden, wenn die Geld- oder Sachleistungen des Sponsors und die erstrebten Werbeziele für das Unternehmen nicht gleichwertig sind. Bei einem krassen Missverhältnis zwischen den Leistungen des Sponsors und dem erstrebten wirtschaftlichen Vorteil ist der Betriebsausgabenabzug allerdings zu versagen ...«

In Hinblick auf das Problem des krassen Missverhältnisses müssen zum Werbewert einer Sponsormaßnahme im Vorhinein klare Vorstellungen entwickelt werden. Die nachträgliche „Umwidmung“ einer Sponsorleistung in eine Spende oder umgekehrt einer Spende in eine Sponsorleistung ist nicht möglich. Ein Sponsor darf zwar zugleich auch als Spender auftreten; seine Spende ist dann aber nur abzugsfähig, wenn sie nicht mit der Sponsorvereinbarung in einem tatsächlichen wirtschaftlichen Zusammenhang steht und zudem auch die übrigen Voraussetzungen des Spendenabzugs erfüllt sind.

Aufwendungen, die weder Spenden noch Betriebsausgaben darstellen, sind von der steuerlichen Berücksichtigung grundsätzlich ausgeschlossen.

Zur Behandlung beim Empfänger der Sponsorleistung

Zur Körperschaftsteuerlichen und gewerbesteuerlichen Behandlung beim steuerbegünstigten Empfänger, wie insbesondere bei einem Förderverein, bestimmt das Bundesfinanzministerium:

»(9) Die ... Leistungen können ... steuerfreie Einnahmen im ideellen Bereich, steuerfreie Einnahmen aus der Vermögensverwaltung oder steuerpflichtige Einnahmen eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs sein. Die steuerliche Behandlung beim Empfänger hängt grundsätzlich nicht davon ab, wie die entsprechenden Aufwendungen beim leistenden Unternehmen behandelt werden.

... [K]ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb [liegt] vor, wenn die steuerbegünstigte Körperschaft dem Sponsor nur die Nutzung ihres Namens zu Werbezwecken in der Weise gestattet, dass der Sponsor selbst zu Werbezwecken oder zur Imagepflege auf seine Leistungen an die Körperschaft hinweist. Ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt auch dann nicht vor, wenn der Empfänger der Leistungen z.B. auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen oder in anderer Weise auf die Unterstützung durch einen Sponsor lediglich hinweist. Dieser Hinweis kann unter Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors, jedoch ohne besondere Hervorhebung erfolgen. Ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt dagegen vor, wenn die Körperschaft an den Werbemaßnahmen mitwirkt ...«

Als Faustregel kann festgehalten werden: Keine Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer fällt an, wenn der Gesponserte an der Werbung nicht selbst mitwirkt oder nur Sponsorhinweise „ohne besondere Hervorhebung“ erteilt. Die vorstehenden Grundsätze gelten in ähnlicher Weise, wenn anstelle des gemeinnützigen Fördervereins die Schule als Dienststelle der öffentlichen Hand selbst tritt. Was beim Förderverein ideeller Bereich ist, entspricht im vorliegenden Zusammenhang bei der Schule im Wesentlichen dem Hoheitsbereich; was beim Förderverein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb ist, nennt sich bei der öffentlichen Hand (Schule) „Betrieb gewerblicher Art“.

Für den Fall, dass die Tätigkeit ihrer Art nach die Grenze zum wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb bzw. Betrieb gewerblicher Art überschreitet, ist Folgendes zu beachten:

Der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb des Fördervereins unterliegt der **Körperschaftsteuer** sowie der **Gewerbsteuer**. Bemessungsgrundlage ist das *Einkommen* des Fördervereins aus dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und nicht die *Einnahmen* - es können also grundsätzlich die mit den Sponsoreinnahmen in Zusammenhang stehenden Betriebsausgaben abgesetzt werden. Bei beiden Steuerarten ist ein Freibetrag von 7.500 DM zu gewähren. Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer werden gem. § 64 Abs. 3 der Abgabenordnung in den Jahren nicht erhoben, in denen die Einnahmen 60.000 DM (einschließlich Umsatzsteuer) nicht übersteigen. Unterhält der Verein mehrere wirtschaftliche Geschäftsbetriebe, die keine Zweckbetriebe sind (z.B. den Sponsoring-Betrieb und eine Vereinskantine) so werden diese für die Anwendung der 60.000 DM - Grenze wie ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb behandelt (wegen weiterer Einzelheiten, insbesondere auch zur Gewinnermittlung, siehe die Broschüre „Vereine und Steuern“ des Finanzministeriums NRW).

Die Leistungen des Vereins können der **Umsatzsteuer** auch dann unterliegen, wenn die vorbezeichnete 60.000 DM - Grenze nicht überschritten wird. Abweichend von der Behandlung bei der Körperschaftsteuer und bei der Gewerbesteuer kann auch die Vermögensverwaltung der Umsatzsteuer unterfallen. Umsatzsteuer wird nicht erhoben, wenn von der Kleinunternehmerregelung des § 19 Umsatzsteuergesetz Gebrauch gemacht wird. Vor-

aussetzung ist, dass der Umsatz im vorangegangenen Kalenderjahr 32.500 DM nicht überschritten hat und im laufenden Kalenderjahr 100.000 DM voraussichtlich nicht übersteigt (wegen weiterer Einzelheiten siehe die Broschüre „Vereine und Steuern“ des Finanzministeriums NRW). Die Umsatzsteuer ist für das Sponsorprojekt dann nicht belastend, wenn der Sponsor die ihm in Rechnung gestellte Umsatzsteuer von seiner eigenen Umsatzsteuerschuld als sog. Vorsteuer abziehen kann.

Wenn anstelle des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs des Fördervereins ein Betrieb gewerblicher Art bei der Schule begründet ist, gelten die vorstehenden Ausführungen grundsätzlich entsprechend. Allerdings ist die 60.000 DM - Grenze gem. Abschnitt 5 Abs. 5 der Körperschaftsteuer-Richtlinien für jeden einzelnen Betrieb gewerblicher Art der Schule gesondert anzuwenden (also für die Schulkantine und für den Sponsoring-Betrieb jeweils gesondert). Die Kleinunternehmerregelung des § 19 Umsatzsteuergesetz kommt bei Betrieben gewerblicher Art in aller Regel nicht in Betracht; dafür ist Umsatzsteuerpflicht nur gegeben, wenn die 60.000 - Grenze überschritten wird. Die 60.000 - Grenze muss bei Betrieben gewerblicher Art „nachhaltig“ überschritten sein - also anders als bei einem Förderverein auf Dauer und nicht nur in einzelnen Jahren.

Da jeder Einzelfall Besonderheiten aufweist, sollte die Unterstützung eines Steuerberaters gesucht werden. Insbesondere darf Umsatzsteuer nur in Rechnung gestellt werden, wenn die Unternehmereigenschaft des Fördervereins bzw. der Schule eindeutig geklärt ist.

Zusammenfassung

1. Spenden sind beim Spender im Rahmen bestimmter Höchstbeträge steuerlich abziehbar; die Spendeneinnahmen werden beim Spendenempfänger (Schule bzw. Förderverein) unabhängig von ihrer Höhe nicht besteuert.
2. Sponsoringaufwendungen sind für den Sponsor bei betrieblicher Veranlassung als Betriebsausgaben steuerlich abziehbar; beim Empfänger der Sponsoringleistung ist zu unterscheiden:
 - a) wenn die Einnahmen eines Fördervereins aus Sponsoring-Maßnahmen 32.500 DM im Jahr nicht überschreiten, fällt in der Regel keine Steuer an;

- b) wenn Einnahmeempfänger nicht der Förderverein, sondern die Schule ist, erhöht sich die "Freigrenze" von 32.500 DM auf 60.000 DM;
- c) bei höheren Einnahmen kann die Schule bzw. der Förderverein um-

satzsteuer-, körperschaftsteuer- und gewerbesteuerpflichtig werden.

Muster der Zuwendungsbestätigung finden Sie im Werkzeugkasten (4.1 Verträge, Satzungen und Formulare).

3.3 Schule selbstbewusst mitgestalten - vorhandene Freiräume nutzen

Die bisweilen überzogene und ungerechtfertigte, in manchen Bereichen aber auch angebrachte Kritik in und an der deutschen Bildungslandschaft ist in der Öffentlichkeit hinreichend bekannt.

Um auf begründete Kritik angemessen reagieren zu können und eine Verbesserung der schulischen Bildung und Erziehung zu bewirken, werden neue Ideen, einfallsreiche und aufgeschlossene Schulleitungen sowie motivierte Lehrerinnen und Lehrer benötigt.

In der Denkschrift der Bildungskommission »Zukunft der Bildung - Schule der Zukunft« haben in- und ausländische Experten aus Bildung, Wirtschaft, Kultur und Politik ein zukunftsweisendes Konzept vorgelegt, das als Ausgangspunkt einer neuen Vision von Schule engagiert diskutiert wird. Einige Aspekte dieser Vision, die in näherer Zukunft umsetzbar sind, sollen im Folgenden vorgestellt werden.

Das »neue« Lernen

Lernen ist eine äußerst vielschichtige Angelegenheit. Dazu gehören

- Verstehen, Wissen erwerben, Erfahrungen machen, Bewusstsein bilden, Informationen verarbeiten, Verhalten ändern, Können erweitern, Einsichten, Einstellungen und Haltungen gewinnen, Interessen bilden usw.;
- dazu gehören auch typische Situationen z.B. des Unterrichts oder des Alltags, mit denen Begriffe wie Lehre, Unter- richtung, Vortrag, Lektüre, Beobach- tung, Interaktion, Erlebnis usw. in Verbindung gebracht werden.

Je komplexer Zusammenhänge und Situationen des Lernens sind, desto komplexer muss unser Verständnis des Lernens sein. Je komplexer das Lernverständnis ist, desto vielschichtiger werden die mit dem Lernen verbundenen Rollenvorstellungen sein, als da sind die Rolle der Ziele des Unterrichts, der Lerngegenstände, der Lernenden, der Lehrenden, der Methoden usw.

Lernen findet immer in Situationen, in sozialen Bezügen und in rollengeprägten

Kontexten statt. Man könnte auch sagen, Konzepte des Lernens oder die sog. »Orientierungen« spielen eine wichtige Rolle. Man muss nur an die Begriffe Lernziel-, Stoff-, Verhaltens-, Handlungs-, Anwendungs-, Realitäts-, Prozess-, Erfahrungs- und Projektorientierung denken.

Keine der Orientierungen hat einen Allein- vertretungsanspruch, sie ergänzen sich, manchmal sind sie komplementär, manch- mal, in bestimmten Situationen, schließen sie einander aus. Meistens sind sie interde- pendent.

Aber - und das haben uns die neueren For- schungsergebnisse aus der Kognitions- psychologie, der künstlichen Intelligenz- forschung, der Hirn- und Gedächtnisfor- schung, der Lernforschung, auch - viel- leicht sogar insbesondere - der Sprachlern- forschung in den letzten zehn Jahren ver- mittelt - : jene Orientierungen haben im- mer nur ihre Berechtigung in Verbindung mit dem, was sprachlich wenig elegant mit »Lernerorientierung« bezeichnet wird.

Lehren als Input hat nicht notwendigerwei- se oder vielleicht sogar eher selten ein

genau vorausberechenbar Gelerntes als Output zur Folge. Zugleich ist aber Lehren umso erfolgreicher, je mehr es den Schüler, die Schülerin als »lernendes Individuum« in den Mittelpunkt der Lernkonzepte, der Orientierungen stellt:

Ein Unterrichtskonzept, das dem »neuen Lernen« - neu, weil die vom Kind, vom Jugendlichen her gedachten Forderungen und die Praxiserfahrungen »guter« Lehrerinnen und Lehrer endlich durch verschiedene wissenschaftliche Fachrichtungen ihre Bestätigung erfahren haben - ein Unterrichtskonzept also, das dem neuen Lernen gerecht werden will, müsste sich durch folgende Merkmale kennzeichnen lassen:

- (1) WER ERFOLGREICH LERNT, DENKT ÜBER SEINE LERNERFOLGE NACH: Lernende können und sollten sich selbst beobachten, prüfen, regulieren, sich über ihre Lernwege mit anderen austauschen. Sie können und sollten eine Vorstellung vom Verlauf ihrer Arbeit gewinnen, indem sie über ihre Überlegungen, ihre Vorstellungen, ihre Gefühle nachdenken, indem sie darüber mit Partnern sprechen, Lernjournale anlegen, klärendes/ erklärendes Schreiben üben und vor allem Arbeitsrückblicke anstellen.
- (2) KEIN MENSCH LERNT ALLEIN: Schülerinnen und Schüler sind darauf angewiesen, sich über Bedeutungen, über Gelerntes zu verständigen, ja oft wird Bedeutung sogar erst in sozial-kommunikativen Situationen möglich. Diese Zusammenhänge müssen im Unterricht mitbedacht werden.
- (3) »ALLES LEHREN UND VERSTANDESMÄßIGE LERNEN VOLLZIEHT SICH VON EINEM SCHON VORHANDENEN WISSEN HER« - hat schon Aristoteles gesagt: Lernen ist auf Anknüpfungspunkte angewiesen. Und die sind bei Kindern und Jugendlichen je nach ihrer familiären, sozialen, kulturellen, auch religiösen Prägung, je nach ihren bisherigen Erlebnissen, Erfahrungen, Handlungen, Gefühlen, erworbenen Bedeutungen und Sprachkenntnissen bisweilen sehr unterschiedlich. Lernen ist dann um so erfolgreicher, je mehr Möglich-

keiten die von den Lehrenden zu gestaltende Unterrichtssituation für die Lernenden zulässt, sich mit ihren spezifischen Vorerfahrungen und -kenntnissen an das »Neu-zu-Lernende anzudocken«.

- (4) ANWENDEN WILL GEÜBT SEIN: Lernen ist eine Sache; etwas Gelerntes in einem neuen Zusammenhang anzuwenden ist nicht eine grundlegend andere Sache, aber doch ein weiterer Schritt zum Erlangen kognitiver Grundfähigkeiten. Diese lassen sich am besten über inhaltlich-thematische Zusammenhänge erwerben. Die Möglichkeiten zur selbständigen Übertragung von Gelerntem auf andere Situationen hängen von gründlichem Verstehen, von souverän und flexibel organisiertem Wissen und Können ab, von Rückschau und Methodenreflexion und auch davon, dass das Anwenden selbst explizit anspruchsvoller Bestandteil im Lerngeschehen wird.
- (5) OFFENE LERNANLÄSSE SCHAFFEN: Gute Lehrerinnen und Lehrer arrangieren Lernsituationen, schaffen offene Lernanlässe und begleiten die Lernenden bei ihren Lern- und Arbeitsprozessen: Wenn grundsätzlich das selbständig, eigenaktiv und konstruktiv seinen Lernprozess entwickelnde Individuum im Zentrum des Lehrens steht, dann haben Phasen der Instruktion, der Einzelarbeit, der Zusammenarbeit, kurzfristig und langfristig angelegte, individuelle und gemeinsame Vorhaben ihren Platz im Unterricht. Aber Unterricht ist dann grundsätzlich auch mehr als nur ein innerschulisches, manchmal sogar nur klassen- bzw. fachrauminternes, 45 Minuten dauerndes Geschehen.
- (6) DIE PLANUNG VON UNTERRICHTSSEQUENZEN IM SINNE DES »NEUEN LERNENS« WEIST IMMER ÜBER DIE SCHULE HINAUS und bezieht das Leben, die Realität, insbesondere das lokale und regionale Umfeld und die neuen Medien mit ein. Die bisherigen Lebenserfahrungen der Schülerinnen und Schüler ebenso wie aktuell und

zukünftig bedeutsame und notwendige Orientierungen und Qualifikationen müssen bedacht werden. Öffnung von Schule im Sinne der Gestaltung des Schullebens im Inneren wie der Zu-

sammenarbeit mit außerschulischen Partnern sind eine wichtige Voraussetzung für gelingende Bildung und Erziehung im 21. Jahrhundert.

Gestaltung des Schullebens und Öffnung von Schule

Das vom Schulministerium in Nordrhein-Westfalen Ende der achtziger Jahre herausgegebene »Rahmenkonzept - Gestaltung des Schullebens und Öffnung von Schule« - kurz: GÖS -, das viele Schulen schon vorher praktiziert und das sich seit-her noch mehr Schulen zu eigen gemacht haben, lässt sich im Grunde mit vier Kernbereichen beschreiben:

Das *Handlungsfeld Unterricht* zielt im Kern auf die individuelle Förderung durch Schaffung offener Lernsituationen,

- in denen die Lebensbedingungen und Lernsituationen der Schülerinnen und Schüler stärker berücksichtigt werden,
- in denen fachliches Lernen mit außerschulischen Aktivitäten verknüpft wird,
- in denen auch fächerverbindend gelernt wird, um eine komplexe Wirklichkeit besser begreifen zu können,
- in denen kooperativ und sozial gelernt wird und
- in denen Lehrerinnen und Lehrer miteinander und mit außerschulischen Partnern kooperieren.

Das *Handlungsfeld Schulleben* ist primär auf die soziale Koedukation hin ausgerichtet,

- indem die sozialen Beziehungen der Schülerinnen und Schüler, der Lehrerinnen und Lehrer und der Eltern/Erziehungsberechtigten gestärkt werden,
- indem Schule als Ort politisch-sozialer Grunderfahrungen gestaltet wird,
- indem Urteils- und Entscheidungsfähigkeit gefördert werden,

- indem der gemeinsame Erziehungsauftrag konkretisiert wird.

Im *Handlungsfeld Schule und Umfeld (von der Schule ins Umfeld)* geht es vor allem um das gemeinwesenorientierte Lehren und Lernen

- durch Verstärkung von Motivationen und Interessen,
- durch Förderung der intensiveren Wahrnehmung des Umfeldes der Schule,
- durch Erschließung neuer Anregungen, Lerngegenstände und Angebote außerhalb der schulischen Mauern,
- durch Förderung von Aktivität und Kreativität,
- durch Vermittlung authentischer Erfahrungen.

Auch das *Handlungsfeld Schule als Begegnungsstätte (aus dem Umfeld in die Schule)* ist auf gemeinwesenorientiertes Lehren und Lernen ausgerichtet,

- indem kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen in der Schule stattfinden,
- indem Begegnungen mit (inter-) kulturellen, künstlerischen, politischen Traditionen und Entwicklungen ermöglicht werden,
- indem die Lernenden zur Selbständigkeit und Eigenproduktion angeregt werden,
- indem außerschulische Angebote und Aktivitäten mit schulischem Lernen verknüpft werden.

Innere Schulentwicklung

In *diesem* Kontext, in dem es ja um die Verankerung dieses »neuen Lernens« in Schulen einerseits und um Unterstützungs- und Verstetigungsmöglichkeiten z.B. durch Sponsoring andererseits geht, ist es eine glückliche Fügung, dass es bereits ein großes, um nicht zu sagen globales Wirtschafts- und Medienunternehmen in Deutschland gibt, das ein Interesse an innerer Schulentwicklung hat und einige innovative Schulen unterstützt. Gemeint ist die Bertelsmann-Stiftung, die mit dem »Carl-Bertelsmann-Preis 1996 - Sonderpreis 'innovative Schulen' « ein deutliches Signal dafür gegeben hat, ein wie großes Interesse in der Wirtschaft an der »Entwicklung und Förderung neuen Lernens in Schulen« besteht.

Die im Sinne der Empfehlung der Länderfachkommission durchgeführte internationale Preisträgerrecherche der Bertelsmann-Stiftung wurde von den folgenden acht zitierten Kriterien geleitet:

1. ORIENTIERUNG DER SCHULEN AN DER LERN- UND LEBENSITUATION VON KINDERN UND JUGENDLICHEN
Damit Kinder und Jugendliche verantwortungsbewusst in der Gesellschaft von heute und morgen agieren können, müssen sie die dazu notwendige Handlungskompetenz (Fach- und Methodenkompetenz, Sozial- und Kommunikationskompetenz) erwerben. Schulen sind dann innovationsfähig, wenn sie ihre Ziele, Inhalte und Methoden von den Entwicklungsmöglichkeiten und Bedürfnissen ihrer 'Kunden', den Kindern und Jugendlichen, ausgehend definieren und in sinnvoller Abstimmung mit bewährten Normen und Werten kontinuierlich weiterentwickeln.
2. INNOVATION UND EVOLUTION
Um den gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft aktiv zu begegnen, müssen die Einzelschulen als lernende Organisationen über Gestaltungsfreiräume verfügen und diese zur Verbesserung ihrer Leistungsfähigkeit ausschöpfen.
3. POTENTIALE DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER
Die wichtigste Voraussetzung für eine gute Schule sind motivierte, gut ausgebildete, ideenreiche Lehrerinnen und Lehrer. Ihre Aufgabe und ihre Vorbildfunktion erfordern einen Prozess lebenslangen Lernens.
4. INNOVATIVES FÜHRUNGSSYSTEM
Es ist die Aufgabe der Schulleitung, Initiative und Verantwortungsbewusstsein in den Schulen zu fordern. Sie ermutigt die an den Schulen tätigen Personen zu größerer Freiheit und Verantwortung. Alle Beteiligten repräsentieren und verantworten die Schulen gegenüber dem gesellschaftlichen Umfeld. Die Gesamtverantwortung liegt bei der Schulleitung.
5. BETEILIGUNG VON SCHÜLERINNEN UND SCHÜLERN, ELTERN UND INSTITUTIONEN
Schulen nehmen Bildungs- und Erziehungsaufgaben parallel und ergänzend zur Familie wahr. Im Spannungsfeld zwischen Weiterführung bewährter Bildungs- und Erziehungsaufgaben und flexibler Anpassung an aktuelle Veränderungsnotwendigkeiten müssen die Schulen aktiv den Austausch mit relevanten gesellschaftlichen Gruppen fördern und steuern.
6. KOOPERATION ZWISCHEN EINZELSCHULE UND EXTERNEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN
Schulträger, Schuladministration und Schulpolitik sind die verantwortlichen Instanzen für die schulischen Rahmenbedingungen. Ihre Akteure müssen konstruktiv zusammenarbeiten. Ziel der Zusammenarbeit ist die permanente Verbesserung der schulischen Arbeit.
7. EVALUATION UND QUALITÄTSSICHERUNG
Alle Beteiligten im Schulsystem arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung der Qualität. Verlässliche, formalisierte Verfahren der Evaluation sind die Voraussetzung für die Delegation von Verantwortung an die Einzelschule.

8. STAATLICHE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR INNOVATIVE SCHULENTWICKLUNG

Innovative Schulen brauchen fördernde Rahmenbedingungen. Der Staat gewährleistet den notwendigen Gestaltungsfreiraum der Schulen und stellt vergleichbare Bildungschancen für alle Kinder und Jugendlichen sicher.

Es ist von daher überhaupt nicht verwunderlich, dass sich der Bundesverband Junger Unternehmer und die Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft in einem Dialog darauf verständigt haben, dass sie gemeinsam neue Wege für ein leistungsfähiges Bildungssystem suchen wollen. Bei regelmäßig weiterhin zu führenden Gesprächen sollen zwei Aufgabenfelder im Mittelpunkt stehen:

»Eine Reform der Lehr- und Lerninhalte, die auch auf die Bedürfnisse im späteren Arbeitsleben stärker eingehen müssen, und eine Reform der Schulorganisation, die ein unternehmerisches Handeln von Schülerinnen und Schülern, von Lehrerinnen und Lehrern, von Schulleitungen- auch unter Einbeziehung von Eltern und von Partnern der Schule - ermöglicht und fördert.«

(zitiert aus: »Reformen in Deutschland: Die selbständige Schule. Ein Thesenpapier von BJU und GEW« in: Deutsche Gesellschaft für Bildungsverwaltung e.V. (Hrsg.), Zeitschrift für Bildungsverwaltung (ZBV), 1/97, S. 47 ff.)

Und damit niemand meint, Deutschland befände sich in einer Sonderrolle, wenn es um die Rahmenbedingungen für gelingende Schulentwicklung zur Institutionalisierung des neuen Lernens geht, sei hier sogleich auf eine Veröffentlichung von Dr. Haenisch, dem Projektleiter des GÖS-Programms des Landes NRW beim LSW Soest, hingewiesen.

In seinem Arbeitsbericht Nr. 34 zur Curriculumentwicklung, Schul- und Unterrichtsforschung mit dem Titel »Neue Rollen, Partnerschaften und Verantwortlichkeiten in der Schule«, Soest, 1995 berichtet er über die Ergebnisse einer OECD-Konferenz über staatliche Initiativen für bessere Schulen. Nach seinen Beobachtungen lassen sich aus den fünf Studien der Länder Australien, Belgien, Neuseeland, Schweden und Spanien drei »Strategien für bessere Schulen« herauslösen (S. 2 f.):

- (1) Entwicklung von Partnerschaften im Sinne konzertierter Zusammenschlüsse verschiedener gesellschaftlicher Kräfte mit dem Ziel, auf der übergeordneten Systemebene durch gemeinsame Anstrengungen, durch Konsens in wesentlichen Fragen, durch Formulierung wichtiger Ziele und durch Einrichtung von nationalen Räten bzw. Kommissionen gemeinsam für eine langfristige Verbesserung und Weiterentwicklung von Schule einzutreten.
- (2) Maßnahmen zur Erreichung größerer Selbständigkeit für die einzelne Schule mit dem Ziel, den Schulen durch mehr Entscheidungsbefugnisse eine größere Anerkennung zu geben, die in den Schulen vorhandenen Kompetenzen besser zu mobilisieren und damit das Engagement für die eigene Schule zu fördern.
- (3) Versuche, Eltern und Gemeindemitglieder an der Verwaltung und Gestaltung der einzelnen Schule stärker zu beteiligen, um damit der Schule eine größere Stütze zu geben, aber auch, um mehr Identifikation und Betroffenheit für die eigenen Angelegenheiten der Schule zu ermöglichen.

Leitsätze für den Prozess der inneren Schulentwicklung

Wie eine solche innere Schulentwicklung gelingen kann, haben all die im doppelten Sinne des Wortes »ausgezeichneten« Schulen des europaweit größten Schulentwicklungsprogramms »GÖS« und der Bertelsmann-Stiftung unter Beweis ge-

stellt. Allerdings können gepriesene und immer wieder als Vorbild hingestellte Schulen auch abschreckend wirken. Deshalb ist es wichtig, auch kleine Schritte in Schulen zu unterstützen und die kleinen Schritte zu beschreiben. Prof. Dr. H.-G.

Rolff vom Institut für Schulentwicklungsforschung in Dortmund hat dazu acht Leitsätze entwickelt.

LEITSATZ EINS

MAN KANN NICHT ANORDNEN, WAS SICH ÄNDERN SOLL.

Wichtig ist es, Vereinbarungen zu treffen, gemeinsame Ziele zu formulieren, die Beteiligten zu motivieren und zu fördern, auf diese Ziele hinarbeiten und über die Zeit hinweg, die Veränderungen in Schule benötigen, die Ziele nicht aus den Augen zu verlieren.

Dieser Leitsatz ist auch für schulaufsichtliches Handeln wichtig: Er besagt nicht, dass man nicht Prozesse, gegebenenfalls auch mit Nachdruck anstoßen dürfe - insbesondere bei sog. »erstarrten Schulen« - , aber mindestens ebenso wichtig wie der schulaufsichtliche Anstoß sind Motivierung und (Ziel-)Vereinbarungen, die gemeinsam erarbeitet und getragen werden. Und umgekehrt darf Schulaufsicht nicht bremsen, sondern muss Entwicklungen der zuvor beschriebenen Art, die aus den Schulen kommen, unterstützen und fördern. Sonst kann es nämlich geschehen, dass die großen Potentiale, die in Schulen vorhanden sind, ungenutzt versickern ... und dann sind wir wieder bei den »erstarrten Schulen«. Dies wäre, auch unter ökonomischen Gesichtspunkten, eine ungeheuere Verschwendung, wenn man sich einmal klarmacht, dass kaum eine private Firma über eine so konzentrierte Gruppe höchstqualifizierten Personals verfügt, wie eine Schule - schließlich sind an ihr im wesentlichen Menschen tätig, die die höchsten Abschlüsse erworben haben.

LEITSATZ ZWEI

WANDEL IST EINE REISE UND KEIN MARSCHPLAN.

Schulen sind keine militärischen Einheiten, sie sind auch keine Wirtschaftsunternehmen - aber nicht einmal dort ist eine lang- bzw. mittelfristige Planung nahtlos in der Realität umsetzbar. Schulen unterscheiden sich von militärischen Einheiten und Wirtschaftsunternehmen insofern, als hier nur Menschen mit Menschen zu tun haben und - wie schon oben erwähnt - ein bestimmter Input nicht einen ganz genau bestimmbar-

ren Output zur Folge hat. Die wirtschaftliche Organisationsentwicklung ist auf Schulentwicklung nur begrenzt übertragbar: Schulische Entwicklungen sind nicht in verteidigtem oder erobertem Terrain oder in Verkaufszahlen und einem damit verbundenen Gewinn messbar.

Die besten Erfahrungen wurden in Schulen dann gemacht, wenn sie sich zunächst auf einzelne Themen oder Bereiche mit offenem Ausgang eingelassen haben. »Die Möglichkeit, im Prozess neue Impulse aufzugreifen, ist dabei genauso wichtig wie die Bereitschaft, die ursprünglich geplanten Entwicklungsschritte zu modifizieren.«

LEITSATZ DREI

PROBLEME SIND UNSERE FREUNDE - NICHT UNSERE FEINDE (ODER WIE DIE ANGELSACHSEN SAGEN: PROBLEMS ARE OUR FRIENDS.)

Dieser Leitsatz ist sowohl sach- als auch personenbezogen zu interpretieren: Es wird grundsätzlich bei solchen nicht einfachen Umstrukturierungsprozessen - das sind Schulentwicklungsprozesse immer - Sachprobleme geben. Sie sind dann um so leichter lösbar, wenn die handelnden Personen in Schulen diese Probleme als Hinweise auf Störungen - vielleicht sogar »nur« im interpersonellen Bereich - auffassen, aus denen sie lernen können. Damit wächst auch die Wahrscheinlichkeit, dass auftretende Probleme konstruktiv bearbeitet werden - ganz im Sinne Hartmut von Hentigs: »Die Sachen klären und die Personen stärken.«

LEITSATZ VIER

VISIONEN UND STRATEGISCHE PLÄNE KOMMEN SPÄTER.

Ich habe diesen Satz schon in Verbindung mit den »Initialzündungen« genannt: Visionen sind wichtig, aber strategische Pläne bergen die Gefahr in sich zu starr und unbeweglich zu werden. »Der Verzicht auf strategische Pläne vermeidet deshalb auch vorprogrammierte Misserfolgsereignisse, die sonst aus deren nahezu zwangsläufigem Scheitern entstehen würden.«

LEITSATZ FÜNF
INDIVIDUALISMUS UND KOLLEKTIVISMUS MÜSSEN IN BALANCE GEBRACHT WERDEN.

Ebenso wie Schulen Gestaltungsräume und zugleich einen - staatlich - geregelten, abgesicherten Rahmen benötigen (z.B. um gleiche Bildungschancen zu gewährleisten), ebenso braucht ein Kollegium für die einzelnen Lehrkräfte Freiräume und zugleich einen vereinbarten schulischen Rahmen, damit ein Entwicklungsprozess eine für alle verbindliche Grundrichtung erhält und sich nicht in die Beliebigkeit der einzelnen Lehrkraft verläuft. »Die Frage, wie viele individuelle Gestaltungsfreiräume ein Kollegium braucht und welcher Grad an verbindlichen Absprachen erforderlich ist, lässt sich natürlich nicht generell beantworten, aber sicherlich mit Hilfe der selbstkritischen Antwort auf die Frage: »Wo und wie haben wir uns im letzten Schuljahr weiterentwickelt?«

Generell gilt ohnehin, dass für Entwicklungsprozesse eine fragend-prüfende Grundhaltung wichtig ist. Sie lässt Ergebnisse relativieren, ohne gleich zu kritisieren, sie lässt die eigenen Schwerpunkte hinterfragen, ohne sie sofort abzuwerten, sie lässt die Positionen anderer prüfen, ohne diese anderen als Personen sogleich »vorzuführen«. Kurz: Eine Fragehaltung in Verbindung mit der nötigen Bescheidenheit eröffnet Entwicklungsmöglichkeiten.

Einige solcher Fragen für einen Schulentwicklungsprozess seien hier als kurzer Exkurs genannt:

- Wie soll auf die gemeinsamen Ziele von Schule an der eigenen Schule hingearbeitet werden?
- Welches Bild von Schule generell und von der eigenen Schule im einzelnen haben die an ihr Beteiligten?
- Welchen Beitrag können die Lehrkräfte in ihren Fächern und Lernbereichen für die gemeinsamen Ziele leisten?
- Welche Kooperationsaufgaben stellen sich für die Lehrerinnen und Lehrer in Lernbereichen und Fächern im einzelnen?

- Welche Art der Gestaltung von Unterricht lässt den Lernprozess von Schülerinnen und Schülern besonders erfolgreich verlaufen?
- Wie lässt sich der Umfang von Lern- und Arbeitsformen vergrößern, in denen die oder der einzelne Lernende als Subjekt im Zentrum steht?
- Wie kann die Schule einen anspruchsvollen Leistungsbegriff umsetzen, in dem die Schülerinnen und Schüler als Personen in ihrer Ganzheitlichkeit gewürdigt werden?
- Welche Absprachen zwischen Lehrkräften, Schulleitung, Eltern und Lernenden sind erforderlich, um Unterricht und Schulleben in guter Atmosphäre gelingen zu lassen?
- Wie kann es gelingen, dass alle Beteiligten Schule als demokratische Schule erleben?
- Und wie wird ihnen gezeigt, dass sie mit ihren Interessen, Neigungen, Stärken und Schwächen ernst genommen werden? - und gewissermaßen als Komplementärstück:
- Wie wird erlebbar gemacht, dass alle - Lehrkräfte, Erziehungsberechtigte, Lernende und Schulleitung - auch Pflichten gegenüber anderen in der Schule und als Schule gegenüber der Gesellschaft haben?

Der Fragenkatalog ist nicht vollständig; er kann im Bedarfsfall ausdifferenziert, erweitert oder auf bestimmte Fragenkomplexe eingeeengt werden.

LEITSATZ SECHS
WEDER KLAPPT ZENTRALISIERUNG, NOCH KLAPPT DEZENTRALISIERUNG ALLEIN.

Dieser Leitsatz greift den vorherigen, eher aus individueller Sicht formulierten Leitsatz aus einem anderen Blickwinkel, nämlich aus dem der Schulleitung auf: »Die am Schulentwicklungsprozess Beteiligten müssen erproben, welches Maß an zentraler Steuerung und dezentralisierten Entscheidungskompetenzen für ihre jeweiligen Vorhaben zweckmäßig sind. Erwach-

sene brauchen - ebenso wie Kinder und Jugendliche - Zeit, mit veränderten Entscheidungsstrukturen verantwortungsbewusst umgehen zu lernen«.

LEITSATZ SIEBEN DIE VERBINDUNG MIT DEM WEITEREN UMFELD ENTSCHIEDET MIT ÜBER DEN ERFOLG VON SCHULENTWICKLUNG.

Bei einem Entwicklungsprozess darf sich die Einzelschule nicht isolieren. »Soll Schulentwicklung gelingen, dann ist damit notwendig die Gestaltung des Schullebens und Öffnung von Schule verbunden.« Die Erfordernisse des »neuen Lernens« ebenso wie die Kriterien der Bertelsmann-Stiftung für innovationsfördernde Schulen und die Thesen des Bundesverbandes Junger Unternehmer (BJU) und der GEW - aber auch anderer Lehrerverbände - haben deutlich werden lassen, »wie wichtig die Orientierung an der Lern- und Lebenssituation der Kinder und Jugendlichen ist und welche Rolle die Allianzen mit den Schulträgern und der Schulverwaltung bei der Entwicklung der Einzelschule spielen«.

In diesem Kontext - erneut ein kleiner Exkurs - sei auf Netzwerke von Schulen auch unterschiedlicher Schulformen verwiesen, von denen in dieser Textsammlung die Rede ist. Zugleich soll hier ein Hinweis auf die Schulen gegeben werden, die in sogenannten »lokalen Agenden« - Stichwort: Umweltkonferenz in Rio - mit Schulträgern, der Schulaufsicht und untereinander kooperieren und dies aus den übergeordneten Gesichtspunkten einer nachhaltigen Umwelterziehung.

Konkrete Arbeitsschritte

1. Das Kollegium und die Schulkonferenz beschließen über die einzelnen Entwicklungsschritte und machen sie somit zur Sache der Schule.
2. Schulintern wird eine Entwicklungsinitiative oder Steuer-Gruppe gebildet, die die Maßnahmen koordiniert, den Informationsfluss sichert und Transparenz im Prozess herstellt. Der Steuergruppe sollten grundsätzlich Mitglieder der Schulleitung angehören.
3. Die Schule, das Kollegium, aber auch Eltern und Schülerinnen und Schüler diagnostizieren Stärken und Schwächen. Aus der Klarheit über Stärken und Schwächen entstehen eher Kräfte als aus dem ausschließlichen Blick auf die Defizite.
4. Gemeinsame Ziele, Leitsätze und Bilder, an denen sich die Einzelnen orientieren können, werden erarbeitet und im Prozess auf ihre Tragfähigkeit überprüft.

LEITSATZ ACHT JEDE PERSON IST CHANGE AGENT.

Gerade im besonderen Ernstnehmen dieses Grundsatzes ist die Führungs- und Managementkompetenz von Schulleiterinnen bzw. Schulleitern und Leitungsgremien gefordert. Dasselbe gilt auf einer anderen Ebene für die Schulaufsicht.

Hinter der Formulierung »jede Person ist change agent« verbergen sich auch diejenigen, die mit einem Entwicklungsprozess zunächst widerständig umgehen - die Abwartenden, die Hinhaltenden, die distanziert Beobachtenden, die Ablehnenden, die Verunsicherten, vielleicht auch oder insbesondere die Bequemen, die sich in ihrem relativen Ruhezustand gestört fühlen. Hier ist der bewusste und geschickte Umgang mit Widerständen gefordert.

«Lediglich die Hauptakteure, die treibenden Kräfte in der jeweiligen Schule und in ihrem Umfeld im Blick zu haben, würde die Chance blockieren, die »vereinfacht gesagt Widerständigen« mit ihren Fragen ernst zu nehmen. Es kommt darauf an, dass sie mit auf die Reise gehen können und das Gefühl haben, bei Gelegenheit selbst aktiv einsteigen zu können. Auch als Passive bleiben diese Personen aber Beteiligte des Veränderungsprozesses; darauf zu achten, lohnt sich allein schon deshalb, weil eine Konfrontation zwischen Gegnern und Befürwortern die Entwicklungspotentiale eines Kollegiums erfahrungsgemäß blockieren kann.«

5. Die Schule setzt sich Prioritäten für jeweils definierte Zeiträume.
6. Projekte und Vorhaben werden so geplant, dass auch für nicht unmittelbar Beteiligte nachvollziehbar wird, was sich entwickeln soll.
7. Die Lehrerkonferenz stimmt über die Vorhaben ab. Die Schulkonferenz (mit Eltern und Schülerinnen und Schülern) sollte grundsätzlich eingebunden sein. Handelnde und Verantwortliche sind allen bekannt.
8. Die geplanten Maßnahmen werden schrittweise erprobt.
9. Die Maßnahmen werden ausgewertet und evaluiert.
10. Die Schulaufsicht sollte frühzeitig über den Entwicklungsprozess informiert sein und ihn beratend begleiten und unterstützen (eine Ergänzung des Verfassers).

Zur Rolle der Schulaufsicht

Gerade an Schritt 10, der eher parallel zum gesamten Prozess verläuft, entzünden sich immer wieder heiße Diskussionen über die Rolle der Schulaufsicht. Um deutlich zu machen, dass Schulaufsicht selbstverständlich immer gefragt ist, wenn es um Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung von Schule geht, aber dass andererseits Schulaufsicht nicht immer Aufsicht im Sinne trockener Kontrolle sein muss, ist es wichtig die Schulaufsichtsrolle zu beschreiben.

Im Zusammenhang mit einem Schulentwicklungsprozess könnte und sollte Schulaufsicht ihre *beratende* Aufgabe unter Beachtung folgender Handlungsmaximen wahrnehmen:

- Angemessenheit bei der Auswertung von externen Bestandsaufnahmen und Behutsamkeit bei der Anregung von Entwicklungsprozessen.
- Konstruktive, nicht bevormundende Kooperation mit der einzelnen Schule, z.B. durch Teilnahme an Gesprächskreisen, durch Gespräche mit Lehrerinnen und Lehrern, aber auch mit Eltern und Lernenden.
- Kein Weg zur gläsernen Schule - es muss Bereiche geben, in denen die Schule völlig eigenständig plant und entscheidet.
- Die Elemente des Schulprogramms der einzelnen Schule als Arbeitskonzept mittlerer Reichweite verstehen (je nach Element 2 bzw. 4 bis 6 Jahre).

- Schulen bei Problemlösungen unterstützen, z.B. durch Gewährung von Fortbildungstagen in Verbindung mit dem Einbringen eigener Zeitressourcen der Lehrkräfte, durch Vermittlung von Kontakten, z.B. zu anderen Schulen, zu Referentinnen und Referenten.
- Wo nötig: rechtzeitig Rahmenbedingungen/allgemeine Grundsätze ins Spiel bringen (!!), damit nicht unnötig Zeit und Planungsaufwand für allenfalls kurzfristige Lösungen bzw. nicht realisierbare Ansätze verloren wird.
- Gemeinsam Ziele vereinbaren und sich rechtzeitig über externe Evaluation verständigen.

All dies findet seine Bündelung dann im Schulprogramm der einzelnen Schule, wenn der Begriff »Schulprogramm« als selbständig gesteuert und evaluierter, mittelfristig angelegter und ständig fortschreitender Prozess verstanden wird.