

Leitfaden

Spenden, Sponsoring,
Kooperationen,
Mitgliedschaften



Einleitung

Dieser Leitfaden wurde sorgfältig von Experten und Expertinnen der TI-Arbeitsgruppen Compliance und Staatsnahe Unternehmen ausgearbeitet. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte wird jedoch keine Gewähr übernommen. Jede Haftung der Herausgeberin, der Autoren und Autorinnen sowie sonstigen Mitarbeitenden an diesem Leitfaden ist ausgeschlossen. Dieser Leitfaden soll einen Einstieg in die Materie darstellen und für Problembereiche sensibilisieren, kann aber eine rechtliche Prüfung und/oder anwaltliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.

Kernelement des österreichischen Korruptionsstrafrechtes ist der Begriff des Vorteils, der im Rahmen von Korruption gefordert, angenommen oder versprochen werden kann. Korruption ist auch ein Heimlichkeitsdelikt. Das bedeutet, dass sowohl die bestechende als auch die bestochene Person bestrebt sind, die Vorteilszuwendung möglichst geheim zu halten. Zur Verschleierung eignen sich insbesondere Instrumente wie Sponsoring, Spenden oder Kooperationen. Aufgrund des erhöhten Korruptionsrisikos sind diese im Rahmen von Compliance besonders zu berücksichtigen.

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Leserinnen und Leser,

Spenden und Sponsoring-Aktivitäten bieten Organisationen und vor allem Unternehmen die Möglichkeit, als „Good Corporate Citizen“ Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen. Die Unterstützung von Kultur, Sport, Bildung, Wissenschaft sowie sozialen und ökologischen Anliegen, ist durchaus zu begrüßen, solange sie transparent, zu einem legalen Zweck, in einem klar definierten Prozess, unter Einhaltung der gesetzlichen und internen Vorgaben und in einem wirtschaftlich vertretbaren Ausmaß erfolgt.

Spenden und Sponsoringaktivitäten, sowie Kooperationen und Mitgliedschaften, sind aber auch geeignet, illegale Machenschaften zu verschleiern und Geldmittel mit Korruptionsabsicht zweckwidrig zu verwenden, wenn nicht auf strenge Compliance Vorschriften geachtet wird. Die Arbeitsgruppen „Compliance“ und „Staatsnahe Unternehmen“ haben einen kurzen Leitfaden entwickelt und Maßnahmen aufgezeigt, die der Gefahr der unlauteren Nutzung dieser Instrumente vorbeugen und die Prävention gegen Korruption stärken.

Ein großer Dank gebührt allen, die an der Erstellung dieses Leitfadens mitgewirkt und so eine hilfreiche Orientierung in diesem gesellschaftlich wichtigen, aber unter Umständen aus Compliance Sicht, heiklen Bereich geschaffen haben.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

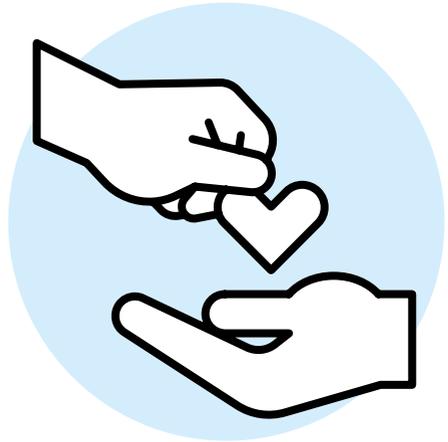
Rudi Schwab,
*Vorstandsmitglied und Leiter der AG Compliance
TI-Austria*

Spenden

Unter einer Spende wird eine freiwillige Zuwendung an Dritte für einen wissenschaftlichen, gemeinnützigen, kulturellen, wirtschaftlichen, sportlichen, religiösen oder politischen Zweck ohne entsprechende Gegenleistung verstanden. Wird eine Gegenleistung angeboten, um die nicht gebeten wurde, die aber im Verhältnis zum gespendeten Betrag nur einen geringen Wert besitzt, ist trotzdem noch von einer Spende auszugehen.

Spenden sind im Allgemeinen Ausdruck gesellschaftlicher Verantwortung, können aber – da sie ohne Gegenleistung erfolgen – auch missbräuchlich eingesetzt werden. Daher sind Transparenz, vorab festgelegte Spendenzwecke und ein strikter Genehmigungsprozess besonders wichtig.

Wie bei Spenden sind auch bei Geschenken klare Regelungen zu beachten, die sich von den Spendenregelungen unterscheiden.



Arten von Spenden

- Geldspenden
- Sachspenden
- Dienstleistungsspenden (Arbeit- oder Dienstgeber stellt Mitarbeiter dienstfrei, um z.B. bei einem Katastropheneinsatz mitzuarbeiten; oder z.B. unentgeltliche Rechtsberatung für einen gemeinnützigen Verein etc.)

Checkliste

- In einer Spenden-Policy sollte vorab festgelegt werden, wofür die Organisation spendet und welche Spenden keinesfalls gewährt werden. Dabei sollte auch berücksichtigt werden, dass bei unvorhersehbaren (Elementar-)Ereignissen ein besonders hoher Bedarf und auch ein besonderes Bedürfnis nach Unterstützung besteht. Trotz der hohen Dringlichkeit sollte auch in diesen Fällen der festgelegte Prozess der Spendenabwicklung eingehalten werden, um eine zweckwidrige Spendenverwendung möglichst zu vermeiden.
- Spenden an unabhängige gemeinnützige Organisationen mit entsprechendem Gütesiegel oder Steuerabzugsfähigkeit bieten für den Spender eine gewisse Sicherheit.² Dennoch sollte auch hier der Spendenprozess eingehalten werden.
- Bei Spenden ins Ausland sollte der Vorabcheck des Spendenempfängers (inkl. Sanktionscheck) und die nachprüfende Kontrolle der Spendenverwendung besonders sorgfältig erfolgen.
- Der Spendenempfänger ist vor Genehmigung der Spende einer Überprüfung zu unterziehen. Es ist sicherzustellen, dass der Spendenempfänger kein Reputationsrisiko oder rechtliches Risiko (z.B. Sanktionen) darstellt und keine Interessenkonflikte der involvierten Personen vorliegen. Die Genehmigung hat schriftlich zu erfolgen und den Spendenzweck, den Wert und die Art der Spende zu enthalten. Wichtig ist die Einhaltung eines Vieraugenprinzips bei der Freigabe. Besteht die Möglichkeit eines Interessenkonfliktes, dürfen die betroffenen Personen keinesfalls in den Genehmigungsprozess involviert sein.
- Festlegung der Auszahlungsmodalitäten (nur auf Konto des Spendenempfängers keine Auszahlung in bar oder Edelmetallen) und Monitoring der ordnungsgemäßen Verwendung (neutrale Überwachung z.B. durch Compliance).

² Spendenbegünstigung neu (ab 2024), <https://www.bmf.gv.at/themen/steuern/spenden-gemeinnuetzigkeit/spendenbeguenstigung-neu.html>

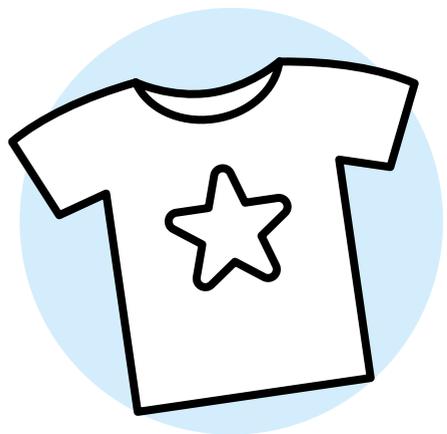
- Die Verwendung einer Mustervereinbarung ist empfehlenswert.
- Hinsichtlich der Spendenhöhe ist immer sorgfältig abzuwägen, dass diese in einer angemessenen Relation zur Ertragskraft des Unternehmens steht.

Beispiele

- *Unterstützung beim Wiederaufbau einer Schule nach einer Naturkatastrophe. Hier ist es besonders wichtig, im Nachgang zu prüfen, ob die Spendenmittel entsprechend dem Spendenzweck verwendet werden.*
- *Spenden an karitative Einrichtungen zu Weihnachten, z.B. Licht ins Dunkel. Bei einer medialen Berichterstattung ist besonders auf eine angemessene Spendenhöhe zu achten, um einen Wettbewerb bei solchen Veranstaltungen zu vermeiden.*

Sponsoring

Unter Sponsoring werden sämtliche Aktivitäten verstanden, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen bzw. Organisationen zur Förderung von Personen oder Organisationen im sportlichen, kulturellen oder sozialen Bereich verbunden sind, um damit



gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen. In der Regel bestimmt der Sponsor-Empfänger die Art der kommunikativen Gegenleistungen (z.B. Logopräsenz bei einem gesponserten Event, Nennung des Sponsors auf Plakaten, Eintrittskarten, Broschüren etc.). Zweck des Sponsorings ist primär die Unterstützung des Gesponserten, mit der der Sponsor seine gesellschaftliche Verantwortung zum Ausdruck bringt. Im Gegensatz zu Spenden ist für Sponsoring jedoch immer eine adäquate Gegenleistung zu vereinbaren.

Folgendes gilt es im Sponsoringprozess zu beachten:

- Marketing- und Kommunikationsstrategie: Sponsoring sollte zum Zweck der Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationspolitik betrieben werden und sich nachvollziehbar in die Marketing- und Kommunikationsstrategie des Unternehmens fügen. Neben einer eindeutigen Definition empfiehlt es sich klarzustellen, welche Empfänger von Sponsoring für die Marketing- und Kommunikationsstrategie passend und auch zulässig sind.
- Dokumentation: Zweck und Empfänger von Sponsoring-Beträgen müssen eindeutig und transparent nachvollzogen werden können. Sponsoring sollte nur aufgrund vorausgehender, schriftlicher Sponsoring-Verträge stattfinden, um die Vereinbarung der Gegenleistungen nachweisen zu können.
- Genehmigungsverfahren im Unternehmen, welches sponsert: Ebenso wie bei Geschenken, Einladungen und Spenden sollte Sponsoring (Vertragsabschlüsse und -verlängerungen, Auszahlungen etc.) einer definierten Vorab-Genehmigung unterzogen werden. Die Freigabehierarchie sollte sich hierbei nach der Unternehmensorganisation richten, wobei es sich empfiehlt, Wertgrenzen zu definieren.
- Ob die Genehmigung in jedem Fall, z.B. durch den Compliance Officer, oder aber erst ab einer bestimmten Wertgrenze vorgesehen wird, sollte je nach genereller Ressourcenverfügbarkeit und Unternehmensorganisation definiert werden. Der Compliance Officer sollte jedenfalls dann

eingebunden werden, wenn politische Parteien, Amtsträger oder andere Vertreter des öffentlichen Bereiches involviert sind.

Checkliste

- Mindestinhalte der Prüfung aus Compliance-Sicht im Rahmen des Genehmigungsprozesses sind:
 - Entsprechen die geplanten Sponsoring-Aktivitäten der Kommunikations- und PR-Strategie des Unternehmens?
 - Ist auszuschließen, dass Sponsoring internen und/oder gesetzlichen Verboten widerspricht?
 - Sponsoring-Beträge dürfen keinesfalls versprochen, angeboten oder geleistet werden...
 - ... um unredliche geschäftliche Vorteile zu erlangen, oder um andere unlautere bzw. rechtswidrige Zwecke zu verfolgen;
 - ... wenn sie in Zusammenhang mit einem abgeschlossenen oder sonstigen künftig abzuschließenden Rechtsgeschäft stehen;
 - ... wenn der Empfänger Ziele verfolgt, welche den eigenen Unternehmensgrundsätzen oder dem Ansehen schaden können;
 - ... um eine wettbewerbsverzerrende Situation am Markt herbeizuführen;
 - ... wenn sie der Finanzierung von hoheitlichen Aufgaben des Bundes, der Länder oder Gemeinden dienen.
 - Ist der Sponsoring Empfänger bzw. dessen Tätigkeit hinreichend bekannt und wurden gegebenenfalls ausreichende Hintergrund-Recherchen durchgeführt? Banken sollten, z.B. zur Vermeidung von Geldwäsche,

zusätzliche Prüfschritte, wie den Check weiterer Datenbanken in Erwägung ziehen.

- Steht der Sponsoring-Betrag unter Berücksichtigung der damit verbundenen Förderabsicht in einem angemessenen Verhältnis zum Wert der Gegenleistung (= Werbewert)? Für diese Prüfung wird gegebenenfalls der Input der PR-Abteilung/Agentur des spendenden Unternehmens notwendig sein. Das Sponsoring sollte dabei einem Fremdvergleich mit Sponsoring bei ähnlichen Veranstaltungen bzw. Organisationen standhalten.
- Die internen Genehmigungs- und Dokumentationsvorschriften sind einzuhalten.
- Training und Kontrollen:
 - Die unternehmensinternen Regelungen zu Geschenken, Einladungen, Spenden und zum Sponsoring sollten den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in periodisch wiederkehrenden Trainings kommuniziert werden, um das entsprechende Bewusstsein zu schaffen und aufrecht zu erhalten.
 - Gerade im Bereich Sponsoring und Spenden sollte ein straffes Kontrollkonzept mit zumindest jährlichen Stichproben und der Prüfung von Verträgen und Buchungen unternehmensintern im Rahmen des Internen Kontroll Systems (IKS) vorgesehen sein.
 - Sponsoring-Beträge sollten zur Wahrung der Transparenz und Nachvollziehbarkeit niemals in Form von Bargeld übergeben werden. Weiters sollten Überweisungen von Sponsoring-Beträgen nie auf private Konten erfolgen.
 - Red Flags bei Sponsoring sind insbesondere mangelnde Transparenz, unzureichende Gegenleistung, uneindeutige Ziele bzw. Zielgruppen, fehlende Verträge, fehlende Messbarkeit und mangelnde Integration mit Corporate Social Responsibility (CSR).

Beispiele

- *Sponsoring eines Sport- oder Kulturevents: Hier kann ein Teil der Gegenleistung in der Bereitstellung von Eintrittskarten bestehen. Es sind jedenfalls die strengen Regelungen hinsichtlich Amtsträger-Einladungen zu beachten. Der Wert der Einladung berechnet sich immer nach dem Betrag, den der/die Eingeladene zu zahlen hätte, wenn er/sie selbst diese Eintrittskarten am freien Markt kauft.*
- *Nicht immer, wenn im Angebot Sponsoring steht, muss es sich um Sponsoring handeln. Zum Beispiel sind „Sponsor-Pakete“ zur Teilnahme als Aussteller einer Messe grundsätzlich nicht als Sponsoring zu qualifizieren.*

Verwaltungssponsoring

Verwaltungssponsoring ist jene Form des Sponsorings, bei der eine Verwaltungsstelle als Sponsor oder als Gesponserte beteiligt ist. Grundsätzlich sollte der öffentliche Bereich (Bund, Land, Gemeinden) seine Aufwendungen aus dem Budget tragen. Dennoch gibt es mitunter ein gegenseitiges Interesse an Veranstaltungen, die von der Verwaltung ausgerichtet und von der Privatwirtschaft unterstützt werden. Diese Unterstützung kann in Form eines Sponsorings, einer Kooperation oder auch über einen Verein erfolgen, in dem Vertreter der öffentlichen Hand, wissenschaftliche Einrichtungen und private Unternehmen einen gemeinsamen Vereinszweck verfolgen.

Bei einem Verwaltungssponsoring sind im beiderseitigen Interesse besonders strenge Maßstäbe an die Transparenz in Form einer schriftlichen Vereinbarung, an den Genehmigungsprozess und an die Nachvollziehbarkeit der erbrachten Leistungen anzulegen.

Die Interessen des Sponsors müssen mit den Verwaltungszielen vereinbar sein. Sponsoring scheidet aus, wenn der Anschein entstehen könnte, Verwaltungshandlungen könnten durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden.

Bei der Auswahl unter mehreren Sponsoringpartnern ist auf Chancengleichheit Bedacht zu nehmen. Maßstab für die Entscheidung können die individuelle Zulässigkeit, die finanzielle Leistungsfähigkeit, sowie die Geschäftsgrundsätze des Sponsors sein.

Äußerst kritisch ist die dauernde Überlassung von Personal an die Verwaltung durch Sponsoren oder die Finanzierung von öffentlichen Bediensteten. Sachleistungen sind nur zulässig, wenn für die Übernahme der Folgekosten budgetär Vorsorge getroffen wurde.

Kooperationen

Unter Kooperation wird die wirtschaftliche Zusammenarbeit zweier oder mehrerer wirtschaftlich selbständiger natürlicher/juristischer Personen verstanden. Der Zweck ist das gemeinsame Erreichen der jeweiligen Unternehmensziele aller beteiligten Vertragspartner.



- Kooperationen beziehen sich auf lang- oder kurzfristige Partnerschaften zwischen Unternehmen oder Organisationen, bei denen sie gemeinsam an Projekten, Kampagnen oder Aktivitäten arbeiten.

- Das Hauptziel von Kooperationen ist häufig die gegenseitige Nutzenmaximierung, sei es durch Ressourcenbündelung, Wissenstransfer oder Ähnliches.

Checkliste

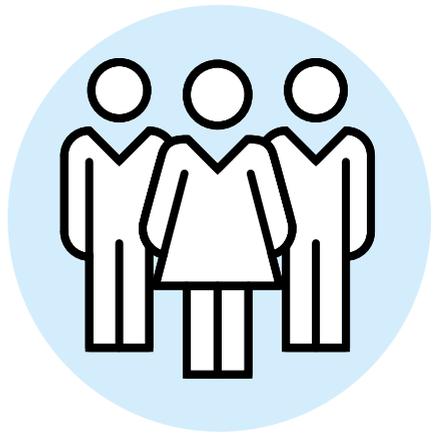
- Kooperationen können vielfältige Formen annehmen. Sie erfordern umfassende Verträge und eine engere Zusammenarbeit in Bezug auf Compliance-Standards und -Überwachung, da die Partner gemeinsame Ziele oder Projekte verfolgen.
- Die Kooperation hat immer dem Unternehmensziel zu dienen. Dabei ist zu prüfen, ob das gegenständliche Projekt auch ohne bzw. mit einem anderen Kooperationspartner verwirklicht worden wäre. Schließlich kommt in den seltensten Fällen nur eine Person oder Organisation als Kooperationspartner in Frage!
- Kooperationen dürfen weder im Widerspruch zu Unternehmensstrategie noch zu Unternehmenswerten stehen.
- Der Kooperationspartner ist vor Genehmigung der Kooperation einer Überprüfung zu unterziehen. Es ist sicherzustellen, dass der Kooperationspartner kein Reputationsrisiko oder rechtliches Risiko (z.B. Sanktionen) darstellt und keine Interessenkonflikte der involvierten Personen vorliegen. Die Genehmigung hat schriftlich zu erfolgen und sollte den Kooperationszweck enthalten. Wichtig ist die Einhaltung eines Vieraugenprinzips bei der Freigabe. Besteht die Möglichkeit eines Interessenkonfliktes, dürfen die betroffenen Personen keinesfalls in den Genehmigungsprozess involviert sein.
- Wirtschaftlichkeitsprüfung: Investieren beide Kooperationspartner verhältnismäßig in Bezug auf den zu erwarteten wirtschaftlichen Erfolg?
- Schriftlichkeit: Bedeutet insbesondere den Abschluss eines Vertrages vor Kooperationsbeginn!

- Laufende Überprüfung und Monitoring über die gesamte Vertragslaufzeit.

Beispiel: Kooperationen sind insbesondere dann problematisch, wenn der Zweck die unredliche Vorteilszuwendung an einen Geschäftspartner ist.

Mitgliedschaften

Bei Mitgliedschaften kann zwischen fördernden und „echten“ Mitgliedschaften differenziert werden. Fördernde Mitgliedschaften folgen in der Regel dem Spendenprozess. Vor allem bei „echten“ entgeltlichen Mitgliedschaften bei Organisationen und Vereinen sollte die Mitgliedschaft nur auf schriftlichem Wege erfolgen. Die Dokumentation einer Mitgliedschaft ist notwendig, um nachweisen zu können, wann und zu welchen Bedingungen die Mitgliedschaft erlangt wurde. Ebenfalls sind Weiterentwicklungen



von Einrichtungen bzw. Organisationen, z.B. durch entsprechende Beschlüsse, laufend zu beachten, zu beurteilen und zu dokumentieren.

- Genehmigungsprozess und notwendige Prüfschritte: Das Eingehen einer Mitgliedschaft sollte eine Vorabfreigabe erlangen. Vor dem Beitritt muss sichergestellt werden, dass...
- die Einrichtung bzw. Organisation die Menschenrechte achtet
- der Mitgliedsbeitrag im Vorhinein transparent und nach festgelegten Kriterien bestimmt wurde
- durch die Mitgliedschaft keine Gefahr besteht, z.B. kartellrechtswidrige Handlungen zu verwirklichen. Zu prüfen ist, ob es Verhaltensregeln gibt, die beispielsweise Absprachen wettbewerbsbeschränkender Art verhindern sollen.
- die Mitgliedschaft zu einer Einrichtung bzw. Organisation einem geschäftsbezogenen Zweck dient und wesentlich für das Networking des Unternehmens ist (z.B. Wirtschaftsrat, Rotary Club). Der Nutzen für das Unternehmen muss nachvollziehbar sein. Dazu sind z.B. die bestehenden Memberships regelmäßig unter Kosten-Nutzen-Aspekten zu überprüfen.
- Mitgliedschaften dürfen nicht im Widerspruch zu Unternehmensstrategie, Unternehmensziel und zu Unternehmenswerten stehen.

Beispiel: Mitgliedschaften bei parteinahen Vereinen unterliegen gesonderten Regelungen (Parteiengesetz)

Impressum

Transparency International Austria
Verein zur Korruptionsbekämpfung

Gertrude-Fröhlich-Sandner-Straße 1 / Top 13
A-1100 Wien

Tel.: +43 1 960 760, Fax: +43 1 960 760 760

office@ti-austria.at, www.ti-austria.at

Jahr der Veröffentlichung: 2024

Für den Inhalt verantwortlich: Prof. Eva Geiblinger, Mitglied des Vorstandes
Leiter der Arbeitsgruppe: Mag. Rudolf Schwab MBA, Mitglied des Vorstandes

UNTERSTÜTZEN SIE TI-AUSTRIA

Werden Sie Mitglied von TI-Austria und stärken Sie
die Koalition gegen Korruption mit Ihrer Spende!
TI-Austria ist Träger des Österreichischen Spendengütesiegels.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an **office@ti-austria.at**
oder besuchen Sie unsere Website **www.ti-austria.at**.
Formulare für die Aufnahme als Mitglied stehen zum Download bereit.

Spendenkonto:

Transparency International – Austrian Chapter

IBAN: AT66 2011 1283 4772 4400

BIC/Swift: GIBAATWW