



Sponsoringrichtlinie zur Einwerbung von Drittmitteln innerhalb der GI-Arbeit

1. Anwendungsbereich

1.1 Diese Richtlinie gilt für Sponsoringleistungen und Spenden an die Gesellschaft für Informatik e.V. (GI).

2. Begriffsbestimmungen

2.1 Sponsoring ist die Zuwendung von Geld bzw. geldwerten Sach- oder Dienstleistungen durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen, die neben dem Motiv der Förderung der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI) auch andere Interessen verfolgt. Der zuwendenden Person kommt es unter anderem auf ihre Profilierung in der Öffentlichkeit über das unterstützte Vorhaben an (Imagegewinn, kommunikativer Nutzen, Netzwerk, Recruiting).

2.2 Spenden sind Zuwendungen beispielsweise von Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI) oder ihrer Themen überwiegt. Der Spender erwartet keine Gegenleistung.

3. Grundsätze

3.1 Die Aufgaben der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI) sind grundsätzlich durch Mitgliedsbeiträge, Spenden und öffentliche Mittel zu finanzieren. Sponsoring kommt daher nur ausnahmsweise und ergänzend in Betracht.

3.2 Folgende Grundsätze sind bei Sponsoring zu berücksichtigen:

- Wahrung der Integrität und des Ansehens der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI)
- Vermeidung eines Anscheins fremder Einflussnahme bei der Wahrnehmung der satzungsgemäßen Aufgaben,
- vollständige Transparenz bei der Finanzierung der Arbeit,
- Vorbeugung gegen jede Form von Korruption und unzulässiger Beeinflussung, gegen einen Verstoß gegen das Kartellrecht sowie Flankierung korruptionspräventiver Maßnahmen.

4. Zulässigkeit

4.1 Sponsoring ist zulässig, wenn

- die Neutralität der der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI) gewahrt bleibt,
- nicht gegen Rechtsvorschriften oder das öffentliche Wohl verstoßen wird,
- das Ansehen und die Interessen der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI) nicht beeinträchtigt werden,
- die sachgerechte und unparteiische Aufgabenerfüllung gewährleistet bleibt.

4.2 Sponsoring ist insbesondere zulässig für die Erfüllung der satzungsgemäßen Ziele der GI, soweit Sponsoring nicht im Einzelfall nach Nr. 4.3 ausgeschlossen ist.



4.3 Sponsoring ist ausgeschlossen, wenn der Anschein entstehen könnte, das Gesellschaftshandeln würde durch die Sponsoringleistung beeinflusst werden. Ein solcher Anschein liegt insbesondere vor bei Sponsoring, das den satzungsgemäßen Zwecken und den Ethischen Leitlinien der Gesellschaft für Informatik widerspricht oder kartellrechtliche Regelungen verletzt.

4.4 Die dauerhafte Finanzierung von Angestellten der Gesellschaft für Informatik e.V. (GI) und die dauerhafte Überlassung von Personal durch Sponsoren sind ausgeschlossen.

4.5 Sponsoring ist nur zulässig, wenn die Finanzierung der Folgekosten gewährleistet ist.

4.6 Bereichsspezifische Regelungen, wie z.B. Regelungen für die Bundesweiten Informatikwettbewerbe (BWINF) bleiben unberührt.

5. Verfahren

5.1 Die Auswahl der Sponsoringleistung muss objektiv und neutral getroffen werden und auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen beruhen.

5.2 Die Annahme von angebotenen oder ausnahmsweise eingeworbenen Sponsoringleistungen ab 10.000 Euro bedarf der Einwilligung des Vorstandes. Im Rahmen von Tagungen eingeworbenes Sponsoring bleibt von dieser Richtlinie unberührt.

5.3 Sponsoringmaßnahmen sind durch den Sponsoringvertrag oder durch eine Dokumentation der Sponsoringvereinbarungen vollständig und transparent aktenkundig zu machen.

6. Gestaltung von Sponsoringmaßnahmen

Sponsoringmaßnahmen sind deutlich zu kennzeichnen und insbesondere so zu gestalten, dass sie von den durch GI-eigene Mittel finanzierten Aktivitäten deutlich und erkennbar getrennt sind, sie gegenüber den durch GI-eigene Mittel finanzierten Leistungen hinsichtlich der Art ihrer Gestaltung und ihres Umfangs ersichtlich zurücktreten und der Anschein einer Beeinflussung vermieden wird. Die Sponsoren sollen benannt werden.

7. Sponsoringtransparenz

Im Sponsoringvertrag oder in der Sponsoringvereinbarung nach Nr. 5.3 ist eine ausdrückliche Einwilligung des Sponsors vorzusehen in die Kennzeichnung des Sponsoring und die Benennung des Sponsors in der Öffentlichkeit.

Gebilligt vom Vorstand am 15. November 2019