

REGELUNG BETREFFEND DEN ABSCHLUSS VON SPONSORINGVERTRÄGEN

Genehmigt in der Sitzung des Verwaltungsrates vom 24.1.2018

Mit der vorliegenden Regelung werden die Bedingungen und die Modalitäten festgelegt, nach welchen das Verkehrsamt der Stadt Bozen im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen auf das Sponsoring als Möglichkeit der Finanzierung der institutionellen Tätigkeiten und der Veranstaltungen zurückgreifen kann.

Art. 1

Im Sinne der vorliegenden Regelung gelten folgende Begriffsbestimmungen:

- a) Ein Sponsoringvertrag ist ein zweiseitiger Vertrag mit wechselseitigen Leistungen, auf dessen Grundlage das Verkehrsamt (Sponsoringnehmer) einem Dritten (Sponsoringgeber) Werbeflächen auf Drucksachen, digitalen Medien oder im öffentlichen Raum zur Verfügung stellt, um dessen Marke und/oder Logo, dessen Produkte und/oder Dienstleistungen oder dergleichen auf die im Vertrag festgelegte Art und Weise zu bewerben; als Gegenleistung verpflichtet sich der Sponsoringgeber, ein bestimmtes Entgelt zu zahlen oder eine direkte oder indirekte Leistung zugunsten des Verkehrsamtes zu erbringen, deren Wert ebenfalls monetär zu bestimmen ist;
- b) als Sponsoring bezeichnet man jede von Dritten (Sponsoringgebern) erbrachte finanzielle Gegenleistung oder direkte oder indirekte Leistung, mit welcher bezweckt wird, im Rahmen einer vom Verkehrsamt durchgeführten Veranstaltung den Namen, die Marke, die Tätigkeit oder die Produkte, Dienstleistungen oder dergleichen zu bewerben oder positive Assoziationen zu wecken und damit einen Imagevorteil zu erzielen;
- c) als Sponsoringgeber gilt die natürliche oder die öffentlich- oder privatrechtliche juristische Person, die einzeln oder als Zusammenschluss mit anderen Personen einen Sponsoringvertrag mit dem Verkehrsamt der Stadt Bozen abschließt;
- d) unter einer Werbefläche versteht man den physischen oder digitalen Raum oder jedes sonstige für die Übermittlung von Informationen geeignete Medium, das vom Verkehrsamt für die jeweiligen absatzfördernden

Maßnahmen und Werbetätigkeiten des Sponsoringgebers zur Verfügung gestellt wird.

Art. 2

1. Durch das Sponsoring sollen öffentliche Interessen verfolgt, Einsparungen erzielt, die den Nutzern erbrachten Dienstleistungen verbessert und die Ausgaben in Bezug auf die bereitgestellten Mittel verringert werden.
2. Das Sponsoring kann alle in die Ausgabenkapitel des Haushaltsplans des Verkehrsamtes aufgenommenen Initiativen, Tourismusangebote, Güter und Leistungen betreffen.
3. Gemäß den Anweisungen des Verwaltungsrates arbeitet der Direktor zusammen mit den zuständigen Ämtern einen Sponsoringplan für die Initiativen aus, die in den Zuständigkeitsbereich des Verkehrsamtes fallen und im Rahmen derer Werbung seitens Dritter möglich ist.

Art. 3

Die vorliegende Regelung wird auf der Internetseite des Verkehrsamtes veröffentlicht. Das Angebot des Sponsoringgebers muss schriftlich gestellt werden und mit einer Selbstbescheinigung versehen sein, aus welcher die Erfüllung der Voraussetzungen für den Abschluss von Verträgen mit der öffentlichen Verwaltung hervorgeht und welche folgende Angaben enthalten muss:

- a) den Gegenstand des Vertrages, die Ziele desselben und seine Laufzeit sowie die Initiativen, die gesponsert werden sollen;
- b) die angebotene Gegenleistung und die Zahlungsmodalitäten und/oder die zu erbringenden Leistungen und ihre Vergütung;
- c) die für die Abwicklung des Sponsorings vorgesehene Vorgehensweise und die vorbehaltlose Annahme der im Sponsoringplan vorgesehenen Bedingungen;
- d) den Inhalt der Werbebotschaft, welche den Gegenstand des Vertrages darstellen wird;
- e) das Recht des Sponsoringgebers auf die alleinige oder gemeinsame Nutzung der Werbeflächen im Rahmen der Initiativen, für welche das Sponsoring vereinbart wird.

Art. 4

Für das Sponsoring können folgende Gegenleistungen angeboten werden:

- a) ein Geldbetrag;
- b) vom Sponsor auf eigene Kosten erbrachte Dienstleistungen, Arbeiten und Lieferungen.

Art. 5

Das Verkehrsamt behält sich das Recht vor, nach eigenem Ermessen jedes Sponsoring abzulehnen, falls

- a) es davon ausgehen sollte, dass ein Konflikt zwischen öffentlichen und privaten Interessen vorliegen oder entstehen könnte;
- b) es die Werbebotschaft als schädlich für sein Image oder seine Tätigkeiten erachten sollte;
- c) es dieses aus Gründen des öffentlichen Interesses als unzumutbar erachten sollte;
- d) es dieses als nicht entsprechend der institutionellen Zwecke erachten sollte.

In jedem Fall ausgeschlossen sind Angebote, welche Werbebotschaften betreffen, die auch nur zum Teil

- a) eine politische, gewerkschaftliche, philosophische oder religiöse Einflussnahme beinhalten;
- b) beleidigende Aussagen enthalten, worunter auch fanatische oder rassistische Äußerungen fallen sowie solche, die der geschlechtlichen, ethnischen oder religiösen Gleichberechtigung zuwiderlaufen;
- c) im Widerspruch zu den Zielsetzungen des Verkehrsamtes stehen.

Ausgeschlossen sind Personen, die im Rahmen ihrer Tätigkeit rechtskräftig verurteilt wurden wegen Verletzung von Bestimmungen im Zusammenhang mit

- a) dem Recht auf Sicherheit und Gesundheit;
- b) den Rechten der Arbeitnehmer;
- c) den Pflichten betreffend den Verbraucherschutz und den Umweltschutz.

Art. 6

Gemäß des Gesetzes Nr. 196 vom 2003 erklären die Parteien in ihrer Eigenschaft als Inhaber der personenbezogenen Daten sowie der Daten zu der von ihnen vertretenen Körperschaft, dass die Belehrung betreffend die Verarbeitung der zum Abschluss der vorliegenden Vereinbarung eingeholten Daten mündlich erfolgt ist.

Art. 7

Gerichtsstand für alle Streitigkeiten im Zusammenhang mit der Auslegung, der Durchführung oder der Beendigung des Vertrages ist Bozen.

18. 1. 2018/RA