



Sponsoringrichtlinie des ENTEGA-Konzerns

Stand 15. Januar 2018

Die ENTEGA AG ist einer der führenden regionalen Energie-, Telekommunikations- und Infrastrukturdienstleister in Deutschland. Wir sind ein Nachhaltigkeitskonzern, der Daseinsvorsorge innovativ gestaltet. Mit unseren Produkten und Dienstleistungen leisten wir einen dauerhaften Beitrag für eine zukunftsfähige Lebenswelt. Das Ganze zu sehen ist unser Anspruch, deshalb gilt für uns als Klimaschutzbeitrag der Dreischritt „CO₂-Emissionen Vermeiden, Vermindern, Kompensieren“.

Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt auch im Sponsoring ernst, deshalb fördern und unterstützen wir zahlreiche Projekte und Einrichtung im sozialen, sportlichen, kulturellen und ökologischen Bereich.

1. Definition Sponsoring

Sponsoring basiert auf dem Prinzip der Gegenseitigkeit und Partnerschaft. Dabei unterstützt der Sponsor Gruppen, Vereine, Institutionen und Einrichtungen mit Geld- oder Sachmitteln sowie Dienstleistungen. Hieran gekoppelt ist eine Gegenleistung der Gesponserten, z. B. die werbewirksame Verwendung des Marken- oder Firmennamens des Sponsors. Darüber hinaus kann der Sponsor i.d.R. die vereinbarten Sponsorships auch kommunikativ im Rahmen seiner Public Relations nutzen.

In einem Sponsoringvertrag zwischen beiden (oder mehreren) Parteien werden die getroffenen Vereinbarungen detailliert als Leistungen und Gegenleistungen festgehalten und vertragskonform durchgeführt.

Allen Sponsorings des ENTEGA-Konzerns liegt diese Sponsoringrichtlinie zugrunde. Die Sponsoringmaßnahmen des ENTEGA-Konzerns werden grundsätzlich federführend durch die Unternehmenskommunikation vereinbart und realisiert.

2. Unterscheidung Sponsoring / Spende

Eine Spende ist im Gegensatz zu einem Sponsoring eine freiwillige Geld-, Sach- oder Dienstleistung für die keinerlei Gegenleistung vereinbart oder erwartet wird.

Unter den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen dementsprechend keine Sachzuwendungen geringen Werts mit Logoaufruck der ENTEGA oder eines ihrer Tochterunternehmen, die anlässlich von Festen und Feiern gestiftet werden können, wenn aufgrund allgemeiner Lebenserfahrung von vornherein auszuschließen ist, dass damit eine regelwidrige Einflussnahme auf Führung von Amts- und Dienstgeschäften ausgeübt werden kann oder soll. Beispiele hierfür sind Tombolaspenden für Schul-, Kindergartenfeste, für Sportvereine, für Weihnachtsfeiern karitativer und sozialer Einrichtungen.

Der ENTEGA-Konzern hat für den Zweck von Geldspenden zugunsten von gemeinnützigen bürgerschaftlichen Engagements eine eigene unabhängige Stiftung eingerichtet. Ausschließlich diese ENTEGA-Stiftung ist zuständig und verantwortlich für Geldspenden. Ausnahmen bilden die ENTEGA-Weihnachtspenden, Jubiläumsspenden und Spenden aus Anlässen der allgemeinen Repräsentanz. Sach- und Dienstleistungen werden dort nicht getätigt.

3. Wer und was wird gefördert / Ausschlüsse

Allen geförderten Maßnahmen liegt stets die grundsätzliche strategische Ausrichtung des Konzerns zu Grunde. Sinn und Zweck des Sponsorings der ENTEGA liegt in der Förderung von Maßnahmen und Projekten mit nachhaltiger Zielsetzung und Ausrichtung primär in den Bereichen:

- Sport- und Bewegungsförderung
- Kunst und Kultur
- Soziale- und humanitäre Projekte
- Ökologie und Klimaschutz

Darüber hinaus sind Sponsorings in weiteren Bereichen denkbar, sofern diese nicht gegen nachfolgend aufgeführte Kriterien verstoßen.

Von der Förderung grundsätzlich ausgeschlossen sind:

- politischen Parteien
- Einzelpersonen
- radikale, rassistische und pornografische Projekte und Gruppen
- alternative religiöse Bewegungen und Einrichtungen
- Projekte mit generell sehr hohen Risiken, v.a. für Mensch und Umwelt (bspw. Projekte mit hoher Umweltbelastung (hoher CO₂-Ausstoß, Lärmbelästigung, Müll- und Abfallberge etc.)

4. Sponsorings und deren Auswahl

Die ENTEGA fördert vor allem Projekte im Rhein-Main-Neckar-Raum. Das Sponsoring erfolgt freiwillig und unabhängig. Ein rechtlicher Anspruch auf ein Sponsoring besteht nicht.

Die Entscheidung des Konzerns ein Sponsoring einzugehen ist abhängig von zahlreichen Faktoren wie z. B. der Ausrichtung und den Schwerpunkten des Sponsoringkonzeptes, der wirtschaftlichen Ertragslage des Konzerns u. v. m.

Sponsoringpartner können Einrichtungen (z. B. Vereine, Institutionen) sein, die ihre Engagements, Projekte und Maßnahmen vor allem in den oben genannten Bereichen tätigen und die der nachhaltigen Ausrichtung des Konzerns entsprechen.

5. Ziel, Zielerreichung und Kontrolle der Sponsoringmaßnahme

Das gesponserte Projekt/Maßnahme muss ein klares und eindeutiges Ziel haben, damit ein Erfolg des Projektes gemessen werden kann. Das Ziel der Maßnahme muss mit der nachhaltigen Ausrichtung des ENTEGA-Konzerns einhergehen. Dieses ist Grundlage aller Sponsoring-Maßnahmen des Konzerns. Realisierungszeitrahmen oder -zeitpunkt, Umsetzung und erwartete Teilnehmerzahlen oder Kontaktzahlen müssen klar benannt werden. Zur Kontrolle sind Belege (z. B. Printerzeugnisse, Pressemeldungen, digitale/fotografische Aufnahmen, Dokumentationsmappe) erforderlich.

6. Öffentlichkeit

Das Sponsoring muss für die Öffentlichkeit deutlich erkennbar gemacht werden. Art und Umfang der jeweiligen Sponsoringpartnerschaft werden transparent benannt und angemessen kommuniziert. Die Vertragsbedingungen unterliegen grundsätzlich der Schweigepflicht beider Sponsoringpartner.

7. Folgeleistungen

Das Sponsoring ist eine freiwillige Leistung und verpflichtet die ENTEGA nicht zu Folgeleistungen nach Ablauf des im Vertrag vereinbarten Zeitraums.

8. Ablauf

- a. ENTEGA handelt nach den Vorgaben aus dem jeweils gültigen Sponsoringkonzept. Das Sponsoringkonzept wird in regelmäßigen Abständen auf Aktualität und Konformität mit der Unternehmensausrichtung hin überprüft und gegebenenfalls angepasst.
- b. Der Sponsoringpartner reicht seine Anfrage möglichst über die Homepage der ENTEGA ein. Anfragen per Brief oder EMail sind in Ausnahmefällen ebenfalls möglich.
- c. Alle Sponsoringvorgänge werden von ENTEGA in einer Datenbank zentral geführt, dort für alle beteiligten Mitarbeiter transparent bearbeitet und aus der Datenbank heraus kommuniziert (Zu- bzw. Absageschreiben bzw. E-Mails). In diesem Tool werden alle Anfragen im Hintergrund anhand zahlreicher Kriterien automatisch bewertet.
- d. Eine Entscheidung mit Zu- oder Absage erfolgt nach Möglichkeit in einem Zeitraum von 14 Tagen nach Einreichung.

- e. Eine Zusage kann durch ENTEGA jederzeit widerrufen werden, wenn wichtige Gründe vorliegen.
- f. Über Zu- oder Absage der Sponsoringmaßnahmen wird ausschließlich auf Basis der eingereichten Unterlagen und deren Übereinstimmung mit der Sponsoringrichtlinie entschieden. Die Entscheidungen werden im 4-Augen-Prinzip getroffen.
- g. Das Sponsoring wird inhaltlich und rechnungstechnisch, wie schriftlich vereinbart, abgewickelt.
- h. Spendenquittungen können nicht angenommen werden, da es sich beim Sponsoring um einen Geschäftsvorgang und keinen Spendenvorgang handelt (s. Punkt 1 + 2).
- i. Jeder Sponsorpartner erteilt mit Abschluss der Sponsoringvereinbarung die Einwilligung zur Veröffentlichung der Maßnahme durch den ENTEGA-Konzern.