



## Vorlage

Verantwortliche Bereiche:  
4.401 - Schule und Sport

Bearbeitung: Lisa Sydow (E-Mail: [lisa.sydow@luebeck.de](mailto:lisa.sydow@luebeck.de) Telefon: 122-5205)

## Vermarktung von Namensrechten für Schulen und Sportstätten in der Hansestadt Lübeck als vorgesehene Maßnahme zur Haushaltskonsolidierung im Zeitraum 2016 bis 2018

### Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
20.07.2016	Senat	Nichtöffentlich	zur Senatsberatung
15.09.2016	Schul- und Sportausschuss	Öffentlich	zur Vorberatung
27.09.2016	Hauptausschuss	Öffentlich	zur Vorberatung
29.09.2016	Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck	Öffentlich	zur Entscheidung

### **Beschlussvorschlag:**

Die als Haushaltskonsolidierungsmaßnahme vorgesehene Vermarktung der Namensrechte von Schulen und Sporthallen wird entsprechend der vorgeschlagenen Vorgehensweise für schulunabhängige Sporthallen und -plätze weiterverfolgt.

### **Verfahren:**

Beteiligte Bereiche/Projektgruppen: 1.201 – Zustimmung  
Ergebnis: 1.300 – keine Bedenken

Beteiligung von Kindern und Jugendlichen gem. § 47 f GO ist erfolgt:

Ja  
 Nein

Begründung:

Die Vorlage erzeugt keine unmittelbaren Wirkungen für Kinder und Jugendliche

Die Maßnahme ist:

neu  
 freiwillig  
 vorgeschrieben durch:

Finanzielle Auswirkungen:

Nein  
 Ja (Anlage 1)

### **Begründung:**

Gemäß laufender Nr. 80 der Anlage 3d zum Konsolidierungskonzept 2016 – 2018 - Anlage zum öffentlich-rechtlichen Ergänzungsvertrag vom 14.10.2015, zugestimmt durch die Bürgerschaft in ihrer Sitzung am 26.11.2015, ist im Zeitraum 2016 – 2018 die Maßnahme „Vermarktung von Namensrechten (Schulen/ Sporthallen)“ als Maßnahme zur Haushaltskonsolidierung vorgesehen. In den Jahren 2016 – 2018 werden laut Anlage 3d jeweils Einnahmen in Höhe von jährlich 40.000,00 Euro aus der Maßnahme erwartet.

Zu den Möglichkeiten der Namensvermarktung war der Bereich Recht bereits im Jahr 2009 einbezogen, da es damals für die Vermarktung des Namens der Hansehalle und des Buiamshofes bereits konkrete Anfragen gegeben hat. In seiner damaligen Stellungnahme informierte der Bereich Recht, dass es sich bei der Vermarktung von Namensrechten um keine Veräußerungsvorgänge handelt, so dass keine Ausschreibung gemäß der Vergaberichtlinien notwendig ist. Allerdings darf ein Vermögensgegenstand (wie das hier betroffene Namensrecht) nach § 90 Abs. 1, 2 GO nur zu seinem vollen Wert zur Nutzung überlassen werden. Der Wert des Namens wäre durch Ausschreibung/ Interessenbekundungsverfahren zu ermitteln, wenn er nicht auf andere Weise festzustellen ist.

Eine Anfrage bei der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Sportämter hat in der Größenordnung der Hansestadt Lübeck kein vergleichbares Ergebnis ergeben. Nach Anfragen bei verschiedenen Kommunen, wie beispielsweise der Stadt Duisburg oder Stralsund, stellte sich heraus, dass die generierten Einnahmen an die betreffenden Sportvereine auf den jeweiligen Sportanlagen direkt gehen. Die Stadt Duisburg teilte mit, dass die Stadt selbst nicht von dem Namensrecht an dem dortigen PCC-Stadion profitiert. Da der Verein für die langfristig verpachtete Sportanlage neben einem städtischen Zuschuss alle Kosten der Sportanlage zu tragen hat, steht ihm die Einnahme aus dem Namensrecht komplett zu.

Es sind bei der Namensvermarktung weitere rechtliche Vorgaben zu beachten:

#### Namensrechte Schulen

Schulnamen werden gemäß § 63 Abs. 1 Nr. 23 Schulgesetz Schleswig-Holstein auf Beschluss der jeweiligen Schulkonferenz vorgeschlagen und der Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck zur Zustimmung vorgelegt. Im Anschluss ist die Namensgebung gemäß § 10 Abs. 2 SchulG SH der Schulaufsichtsbehörde anzuzeigen.

Gemäß § 29 Abs. 2 SchulG SH besteht ein Werbeverbot an Schulen. Nach Abs. 3 dieser Vorschrift dürfen Schulen Sponsoringleistungen entgegennehmen, sofern dies mit dem pädagogischen Auftrag der Schule vereinbar ist und die Werbewirkung deutlich hinter dem schulischen Nutzen zurücktritt. Die Namensvermarktung und Umbenennung einer Schule zu Gunsten eines gewerblichen Unternehmens fällt unter das Werbeverbot und ist damit ausgeschlossen.

In Frage kommt lediglich die Namensvermarktung von Schulen an Privatpersonen. Das Potenzial, durch eine Namensvermarktung von Schulen an Privatpersonen nennenswerte Einnahmen zu erzielen, die den Verfahrensaufwand rechtfertigen, wird als gering eingeschätzt. Es wird daher vorgeschlagen bezüglich der Benennung von Schulen bei der üblichen Vorgehensweise zu verbleiben und weiterhin unentgeltlich verdiente, überörtlich bekannte Persönlichkeiten mit der Vergabe eines Schulnamens zu ehren oder aber geografische Namen zu wählen.

#### Namensrechte Sporthallen

Die Möglichkeit der Namensvermarktung von Sporthallen ist standortabhängig.

Handelt es sich um eine Sporthalle, die auf einem Schulgrundstück steht, den Namen der Schule trägt und dieser organisatorisch zugeordnet ist, so unterliegt diese Sporthalle ebenfalls den o. a. Vorgaben des Schulgesetzes. Auch die Namensvermarktung und Umbenennung dieser Sporthallen zu Gunsten eines gewerblichen Unternehmens fällt damit unter das Werbeverbot und ist damit ausgeschlossen.

Sporthallen an einem schulunabhängigen Standort fallen nicht unter die Regelungen des Schulgesetzes. Für folgende Sporthallen kommt daher eine Namensvermarktung in Betracht:

Burgfeldhalle  
Hansehalle  
Meesehalle

## Namensrechte Sportplätze

Neben den schulunabhängigen Sporthallen können auch schulunabhängige Sportplätze in die Namensvermarktung einbezogen werden. In Frage kommen:

Sportplatz Buniamshof  
Sportplatz Holstentor-Süd  
Sportplatz Koggenweg  
Sportplatz Mühlbachtal  
Sportplatz Falkenwiese

(Hier sollte zunächst allerdings die weitere Entwicklung des Sportzentrums abgewartet werden.)

## Vorgehensweise

Der Wert des Namens der entsprechenden Sportstätte ist durch ein sogenanntes Interessenbekundungsverfahren zu ermitteln. Im Zuge des Interessenbekundungsverfahrens können sich interessierte Firmen, Institutionen und natürliche Personen um die Namensrechte der o. a. Sporthallen und Sportplätze bewerben und ein Angebot abgeben. Die Ausschreibung des Verfahrens erfolgt öffentlich. Sie enthält ein Anforderungsprofil, aus dem hervorgeht, welche Rechte und Pflichten mit dem Namenserwerb der Sportstätte verbunden sind.

Inhalte des Anforderungsprofils können beispielsweise sein:

- längerfristige Vertragslaufzeit, mindestens 5 Jahre mit Verlängerungsoption
- Ausschluss bestimmter Branchen für die Namensgebung
- Recht zur werbewirksamen Anbringung des Namens an der Liegenschaft auf eigene Kosten
- Recht zur Namenserwähnung im Schriftverkehr
- Status Führungszeugnis bei natürlichen Personen
- ...
- ...
- ...

Vor Eröffnung der Angebote werden Zuschlagskriterien für die Angebotsauswertung festgelegt, die neben der Angebotshöhe weitere Kriterien enthalten können. Über die Angebotsannahme entscheidet die Bürgerschaft nach Auswertung der Angebote durch den Bereich Schule und Sport.

Seitens des Bereiches Recht, Abteilung Passivbesteuerung, liegen ausführliche Hinweise zur steuerlichen Behandlung einer Namensvermarktung als Werbe-/ Sponsoringmaßnahme in Form eines Leistungsaustausches sowie zu den Inhalten eines möglichen Sponsoringvertrages vor. Der Bereich Recht empfiehlt in seiner aktuellen Stellungnahme eine weitere rechtliche Begleitung in der nächsten Stufe des Verfahrens.

In eine betriebswirtschaftliche Betrachtung muss mit einbezogen werden, dass die Weiterverfolgung der neuen Aufgabe „Vermarktung von Namensrechten für schulunabhängige Sporthallen und –plätze zusätzlichen Personalbedarf erzeugt. Die derzeitige Personalausstattung des Bereiches Schule und Sport lässt diese Zusatzaufgabe nicht zu. Dies bestätigt auch der Sportentwicklungsplan, wonach die Personalausstattung für die öffentliche Sportverwaltung in der Hansestadt Lübeck unter dem Landesdurchschnitt liegt und empfohlen wird, den Stellenbestand für den Sport im Bereich Schule und Sport aufzustocken.

Der Bereich Haushalt und Steuerung hat hierzu die Stellungnahme abgegeben, dass aus finanzwirtschaftlicher Sicht die Einstellung von Personal nur für diese Aufgabe nicht empfohlen wird, da aus dortiger Sicht nicht sicher ist, ob Erträge in nennenswerter Größenordnung durch die Vergabe von Namensrechten erzielt werden können.

Da also die Vorbereitung und Durchführung eines solchen Verfahrens zur Vermarktung von Namensrechten einen nicht zu unterschätzenden Verwaltungsaufwand verursacht, soll hiermit ein Meinungsbild eingeholt werden, ob das Verfahren der Vermarktung der Namensrechte für schulunabhängige Sporthallen und –plätze weiterverfolgt werden soll.

**Anlagen:**  
Finanzielle Auswirkungen

Senatorin Kathrin Weiher

