

Rechtliche Bestimmungen der Bundesländer zu Werbung und Sponsoring an Schulen (Stand: Juni 2005)

Baden-Württemberg	Verbot für Werbung für wirtschaftliche, politische, weltanschauliche oder sonstige Interessen. Spenden können entgegen genommen werden, wenn sie pädagogischen Zwecken dienen und dem gegenüber eine etwaige Werbung deutlich zurücktritt und nur einen geringen Umfang hat	Verwaltungsvorschrift vom 19.10.1995, neu in Kraft gesetzt seit 2003
Bayern	Kommerzielle und politische Werbung an Schulen ist untersagt. Ausnahmen sind im schulischen Interesse möglich und sind in der Schulordnung geregelt. Sponsoring in der Schule ist gestattet, wenn die Schule bei der Erfüllung ihrer Aufgaben unterstützt wird bzw. dies den Kauf von Unterrichtsgegenständen ermöglicht. Auf Antrag des Werbenden kann ein Hinweis (Plakat usw.) ohne besondere Hervorhebung angebracht werden. Weitergehende Produktwerbung ist unzulässig. Die Entscheidung trifft die Schulleitung nach Anhörung des Schulforums.	§ 84 Abs. 1, 2 BayEUG iVm § 123 Abs. 3 GSO
Berlin	Kommerzielle und sonstige Werbung ist gestattet, sofern sie nicht gegen rechtliche Bestimmungen oder das öffentliche Wohl verstößt und mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag vereinbar ist. Ausschöpfung aller vertretbarer Einnahmequellen, keine Bevorzugung bestimmter Branchen und keine verdeckte Subventionierung. Die Entscheidung trifft die Schulleitung. Plakatwerbung, die mit Veränderungen am Schulgrundstück verbunden ist, bedarf des Einvernehmens mit dem Schulträger. Sponsoren dürfen keinen Einfluss auf die Unterrichtsorganisation nehmen. Die Gesamtkonferenz kann mit 2/3-Mehrheit Grundsätze zu Werbung und Sponsoring beschließen.	Allgemeine Anweisung (AllA) Werbung vom 10.06.1997, ABl. 1997 S. 3074; RdSchr. Vom 22.12.1997 an die Bezirksämter, an das Landesschulamt sowie alle Schulen
Brandenburg	Verbot jeglicher Art von gewerblicher Tätigkeit oder Werbung auf dem Schulgelände. Sponsoring und Spenden sind möglich, sofern sie nicht dazu dienen, Kürzungen im öffentlichen Haushalt auszugleichen; ferner müssen sie mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule vereinbar sein und dürfen den Erziehungs- und Bildungsauftrag nicht gefährden. Die Rechte der Schülerinnen und Schüler, Eltern, der Lehrkräfte und des übrigen Schulpersonals sind zu beachten. Über die Entgegennahme von Spenden entscheidet die Schulleitung nach Anhörung der Schulkonferenz im Einvernehmen mit dem Schulträger unter Beachtung möglicher Folgekosten. Die Entscheidung über Sponsoring (bei inneren Schulangelegenheiten) trifft das Staatliche Schulamt, bei Maßnahmen von landesweiter Bedeutung das Kultusministerium. Bei	§ 47 Abs. 3 BBSchG, zuletzt geändert durch G vom 08.02.2001; Nr. 18 Verwaltungsvorschrift (VV)-Schulbetrieb vom 13.10.1992, zuletzt geändert durch die Zweite VV zur Änderung der VV-Schulbetrieb vom 15.06.1999, ABl. 1999, S. 258

	Sponsoring in äußeren Schulangelegenheiten entscheidet der Schulträger. Sind beide Bereiche betroffen, ist unter Anhörung der Schulkonferenz Einvernehmen herzustellen. Die Schulleitung kann auf Grund einer Bevollmächtigung nach Anhörung der Schulkonferenz entscheiden.	
Bremen	Verträge mit Dritten über Sponsoring oder andere Formen der Werbung sind gestattet, wenn sie mit den Zielen der Schule und den gesetzlichen Vorgaben vereinbar sind. Voraussetzung ist die Zustimmung der Schulkonferenz, verantwortlich ist die Schulleitung. Laufzeit von Werbeverträgen nicht länger als ein Schuljahr; Verträge sind der Fachaufsicht zur Kenntnis zuzuleiten. Die Rechte der Stadtgemeinden als Grundstücks- und Gebäudeeigentümer bleiben unberührt. Werbung in Schülerzeitungen wird toleriert. Reine parteipolitische Werbung ist in der Schule nicht zulässig. Der Senator für Bildung sowie der Magistrat der Stadtgemeinde Bremerhaven sind darüber hinaus ebenfalls befugt, Werbeverträge abzuschließen; diese müssen jedoch mit den Vorgaben des Senators für Bildung und den Zielen der Schule übereinstimmen.	Richtlinie über Werbung in Schulen vom 18.02.1999, Bremer SBl. 2005, 544.02 (Quelle: http://www.bildung.bremen.de/sfb/behoerde/gesetze)
Hamburg	Die Entgegennahme von Geld- und Sachspenden ist zulässig, sofern sie nicht dem Bildungs- und Erziehungsauftrag zuwiderläuft. Beim Sponsoring kann als Gegenleistung in vereinbarter Weise auf die Leistung des Sponsors hingewiesen werden. Die Bereitstellung von Werbeflächen ist unzulässig. Alle Aktivitäten im Sinne der Richtlinie bedürfen der vorherigen Genehmigung durch die Schulleitung; die Annahme hoher Spenden und Zuwendungen bedarf der Genehmigung der Schulkonferenz. Einnahmen aus Werbung und Sponsoring fließen dem Selbstbewirtschaftungsfond zu und können von der Schule eigenständig verwendet werden.	Richtlinie zu Werbung, Sponsoring und sonstigen wirtschaftlichen Aktivitäten in staatlichen Schulen vom 11.11.1998 idF vom 17.05.2000, MBISchul 2000, S. 39
Hessen	Geschäftliche Werbung in der Schule ist nur gestattet, wenn die Schule direkt bei der Erfüllung ihrer Aufgaben unterstützt wird bzw. dies den Kauf von Unterrichtsgegenständen ermöglicht. In diesem Falle darf auf Antrag des Werbenden ein Hinweis (Plakat usw.) ohne besondere Hervorhebung angebracht werden. Eine darüber hinausgehende Produktwerbung ist nicht zulässig. Die Entscheidung trifft die Schulleitung nach Beratung mit der Schulkonferenz.	§ 10 Abs. 2 DienstO für Lehrkräfte vom 08.07.1993, geändert durch VO vom 22.07.1998, ABl. 1998, S. 598
Mecklenburg-Vorpommern	Werbung an öffentlichen Schulen ist nur zulässig, soweit sie den allgemeinen Bildungs- und Erziehungszielen nicht entgegensteht. Der Werbezweck muss immer deutlich hinter dem zu fördernden Zweck zurückstehen. Durch die Werbung darf keine Beeinträchtigung des Unterrichts und des Schulbetriebs erfolgen. Die Schule hat eine Schutzfunktion gegenüber den Lernenden und muss Toleranz und	Empfehlungen zur Werbung, Erhebung von Geldspenden, wirtschaftlichen Betätigung und zu Sammlungen an öffentlichen Schulen, VV des MBWK vom 28.02.2001, MBl. BM M-V, S. 255

	weltanschauliche, religiöse sowie parteipolitische Neutralität wahren. Durch Werbung darf kein Einfluss auf die inhaltliche Ausgestaltung von Unterricht und Erziehung genommen werden. Werbung darf nicht gegen rechtliche Bestimmungen oder das öffentliche Wohl verstoßen. Sponsoringmaßnahmen sind zulässig, wenn der Hinweis auf die Leistung des Sponsors deutlich hinter den mit der Zuwendung erreichten Nutzen für die Erfüllung des Bildungs- und Erziehungsauftrages zurücktritt. Die aktive Betätigung von Schülern und Lehrkräften an Werbeaktionen in der Schule ist zu vermeiden. Über die Zulässigkeit von Sponsoringmaßnahmen entscheidet für die Schule die Schulkonferenz.	
Niedersachsen	Wirtschaftliche Aktivitäten, Sammlungen oder Werbung für wirtschaftliche, politische, religiöse, weltanschauliche oder sonstige Interessen sind in der Schule nur zulässig, wenn sie eindeutig dem Bildungsauftrag der Schule zuzurechnen sind und die jeweiligen rechtlichen Vorgaben beachtet werden. Bei Spenden mit Folgekosten muss der Schulträger zustimmen. Das Aufstellen von Werbetafeln/-säulen in Schulen zu Zwecken reiner Produktwerbung ist nicht gestattet,	RdErl. des MK vom 10.01.2005, SVBl. 2005, S. 124 f.
Nordrhein-Westfalen	Schulen können für den Schulträger bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Sach- und Geldzuwendungen Dritter unterstützt werden. Der Schulträger stellt sicher, dass einzelne Schulen nicht unangemessen bevorzugt oder benachteiligt werden. Zuwendungen entbinden den Schulträger nicht von seinen finanziellen Verpflichtungen. Schulen dürfen zur Erfüllung ihrer Aufgaben für den Schulträger Zuwendungen von Dritten entgegennehmen und auf deren Leistungen in geeigneter Weise hinweisen (Sponsoring), wenn diese Hinweise mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule vereinbar sind und die Werbewirkung deutlich hinter den schulischen Nutzen zurücktritt. Die Entscheidung trifft die Schulleiterin oder der Schulleiter mit Zustimmung der Schulkonferenz und des Schulträgers. Im Übrigen ist Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, in der Schule grundsätzlich unzulässig. Über Ausnahmen entscheidet das Ministerium.	§§ 98, 99 SchulG NRW (Hinweis: In Kraft ab 01.08.2005), GVBl. NRW 2005, S. 102 ff.
Rheinland-Pfalz	Werbung auf dem Schulgelände ist nicht zulässig. Zuwendungen Dritter sind erlaubt, wenn die Schule hierdurch bei der Erfüllung ihres Bildungs- und Erziehungsauftrages unterstützt wird; ein entsprechender Hinweis in geeigneter Form ist möglich. Bei Zuwendungen mit Folgekosten ist das Einvernehmen mit dem Schulträger herzustellen. Die Entscheidung trifft der Schulleiter nach Anhörung des Schulausschusses.	§ 89 Übergreifende SchulO vom 14.05.1989, zuletzt geändert durch VO vom 18.12.1998, GVBl. 1999, S. 5
Saarland	Schulen sind ermächtigt, durch Sponsoring Einnahmen zu erzielen sowie Spenden	Erlass über Sponsoring, Spenden und Werbung an

	entgegenzunehmen (Geld, Sachmittel oder Dienstleistungen). Die zugewendeten Mittel sind ordnungsgemäß zu verwalten, Sachmittel gehen in das Eigentum des Schulträgers über. Durch Sponsoring oder Spenden dürfen die Erfüllung des schulischen Unterrichts- und Erziehungsauftrages sowie die Ordnung des Schulbetriebes und des Unterrichts nicht beeinträchtigt werden. Die Rechte von Schülerinnen und Schülern, Erziehungsberechtigten und Lehrkräften und berechnete Interessen Dritter sind zu beachten. Sponsoring ist zulässig, wenn es sich um eine erhebliche Zuwendung des Sponsors handelt und der Hinweis auf dessen Leistung deutlich hinter den dadurch erreichten Nutzen für die Erfüllung des Unterrichts- und Erziehungsauftrages zurücktritt. Eine wirtschaftliche oder sonstige Abhängigkeit der Schule vom Sponsor darf nicht zu erwarten sein. Die Schulleitung hat vor Abschluss von Sponsoringverträgen das Einverständnis mit dem Schulträger herzustellen. Die Schulkonferenz ist vorher anzuhören.	Schulen vom 24.04.2003, AllSchO vom 24.04.2003, ABl. S. 1287 und ABl. 2003, S. 224
Sachsen	Auf Grund des Erziehungs- und Bildungsauftrages der Schule besteht Verbot jeglicher Werbung in der Schule. Spenden können entgegengenommen werden, wenn sie pädagogischen Zwecken dienen und demgegenüber eine etwaige Werbung deutlich zurücktritt und nur einen geringen Umfang hat. Schulen sind berechnete, Geldbeträge, Sachen oder sonstige Vorteile auf Grund von Sponsoringverträgen oder als Spende entgegenzunehmen, wenn dies die Erfüllung des Erziehungs- und Bildungsauftrages fördert, die Ordnung des Schulbetriebes nicht beeinträchtigt wird und eine Abhängigkeit der Schule vom Sponsor nicht entsteht. Auf die Sponsortätigkeit darf in angemessener Weise hingewiesen werden.	VV vom 20.08.1992, ABl. SMK S. 16, verlängert durch VV vom 02.12.1997, SächsABl. S. 1263, zuletzt geändert durch VV vom 07.06.1999, MBl. SMK Nr. 10 vom 22.07.1999
Sachsen-Anhalt	Werbung und Sponsoring sind in der Schule grundsätzlich nur dann zulässig, wenn sie dem Erziehungs- und Bildungsauftrag nicht entgegenstehen und den Ablauf des geordneten Schulbetriebes nicht beeinträchtigen. Werbung für politische, religiöse oder weltanschauliche Interessen ist nicht zulässig. Werbung und Sponsoring sollen in Form und Inhalt den Interessen der Schule und der Schülerinnen und Schüler dienen. Die Gesamtkonferenz kann Grundsätze hinsichtlich Art und Form von Werbung und Sponsoring festlegen. Die Entscheidung trifft die Schulleitung nach Maßgabe der Beschlüsse der Gesamtkonferenz. Die Rechte des Schulträgers sind zu beachten.	RdErl. des MK vom 09.09.1998, SVBl. LSA 1998, S. 296
Schleswig-Holstein	Grundsätzliche Unzulässigkeit von Werbung in der Schule. Nicht unter das Werbeverbot fallen Maßnahmen, die vorrangig dem Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule dienen, auch wenn	§ 49 SHSchG vom 02.08.1990 (GVBl. Schl.-H. S. 451) idF des ÄnderungsG vom

	dabei eine Werbewirkung unvermeidlich ist.	18.09.1998 (GVOBl. S. 269)
Thüringen	Unzulässigkeit kommerzieller und parteipolitischer Werbung in den Schulen. Sponsoring und kommerzielle Werbung in Schülerzeitungen und bei Schulveranstaltungen, die nicht der Schulbesuchspflicht unterliegen, sind zulässig, soweit mit § 2 vereinbar.	§ 56 Abs. 3 THSchG vom 06.08.1993 idF vom 30.04.2003, GVBl. S. 238