



David Retzmann

Korporative Freigebigkeit der Öffentlichen Hand

Öffentliche Unternehmen als Sponsoren
und Spendegeber

Schriften zum Öffentlichen Recht, Band 1538

509 Seiten, 2024

ISBN 978-3-428-19139-0, geb., € 109,90*

Alle Informationen zum Titel: www.duncker-humblot.de/9783428191390

Nicht anders als private Marktteilnehmer werden Unternehmen der öffentlichen Hand zur Imagepflege und Erweiterung des Bekanntheitsgrads vielfältig und in großem Umfang als Sponsoren und Spendegeber tätig. Sie unterliegen jedoch weitgehend den besonderen Bindungen staatlicher Akteure, auch wenn sie am Markt agieren. Für korporative Freigebigkeit öffentlicher Unternehmen gilt insoweit ein komplexer Rechtsrahmen, der eine Auseinandersetzung mit dem Verfassungsrecht, dem Europarecht, dem einfachen Recht sowie unternehmensinternen Bestimmungen erfordert. Die Arbeit legt erstmals eine umfassende Vermessung dieses Rechtsrahmes vor. Sie zeigt auf, dass auch öffentliche Unternehmen, die dem Wettbewerb ausgesetzt sind, grundsätzlich als Sponsoren und Spendegeber auftreten dürfen, dabei aber prozedurale Anforderungen und materielle Grenzen bestehen, insbesondere aus dem Neutralitätsgebot und der Gemeinwohlbindung folgend. Die Untersuchung schließt mit Empfehlungen und Leitlinien für die Praxis.

Inhalt

1. Grundlagen

Einleitung — Ziel, Gang und Begrenzung der Untersuchung — Forschungsstand und Praxisbeispiele — Begriffsbestimmungen und rechtliche Einordnungen — Nutzen von Sponsoring und Spenden für öffentliche Unternehmen

2. Normenbefund – Der Rechtsrahmen für öffentliche Unternehmen

Verfassungsrechtlicher Rahmen — Europarechtlicher Rahmen — Einfachgesetzlicher Rahmen — Unternehmensinterner Rahmen

3. Zulässigkeit und Grenzen der Tätigkeit öffentlicher Unternehmen als Sponsoren und Spendegeber

Verfassungsrechtliche Maßgaben für die Sponsoring- und Spendentätigkeit öffentlicher Unternehmen — Sponsoring und Spendenvergabe öffentlicher Unternehmen im Lichte des Europarechts — Gesellschaftsrechtliche Anforderungen an das Sponsoring und die Spendenvergabe öffentlicher Unternehmen — Wettbewerbsrechtliche Vorgaben für die Sponsoring- und Spendentätigkeit öffentlicher Unternehmen — Sponsoring und Spenden durch kommunale Unternehmen — Unternehmensinterne Sponsoring- und Spendenvorgaben — Gesamtergebnis

4. Fazit und Leitlinien für die Praxis