


Die Regionaldirektorin	
<b>Drucksache Nr.:14/1332-1</b>	

	13.11.2023
Fraktionsanfrage Antwort	öffentlich

Beratungsfolge	Beratungsstatus	Sitzung am	TOP
Ausschuss für Kultur, Sport und Vielfalt	zur Kenntnis	16.11.2023	

**Betreff: Antwort auf die Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen  
Kulturmarketing des RVR**

**Antwort:**

- 1. Ist es bereits Praktik, auf die Fördernehmer\*innen zuzugehen und anzuregen, dass das Logo des RVR als Fördergeber sichtbar gemacht wird? In Fällen, in denen das umgesetzt wird: Wird individuell die Form besprochen oder gibt der RVR Vorgaben, wie Logos zu verwenden sind?**

In den Förderrichtlinien zur Regionalen Kulturförderung ist festgehalten, dass bei allen Veröffentlichungen und Werbemaßnahmen, die im Zusammenhang mit dem geförderten Projekt stehen, durch deutlich erkennbare Abbildung des RVR-Logos auf dessen Förderung hinzuweisen ist.

Im Bewilligungsbescheid wird erneut darauf hingewiesen, dass das RVR-Logo bei allen projektbezogenen Publikationen und Werbemaßnahmen zu verwenden ist. Das Logo wird per E-Mail in verschiedenen digitalen Formaten an die Fördernehmenden verschickt.

Die ordnungsgemäße Verwendung des RVR-Logos wird anhand von Belegexemplaren der Flyer, Plakate, Programmhefte etc. geprüft.

- 2. Erscheint es aus Verwaltungsperspektive sinnvoll, im Rahmen geförderter Kulturveranstaltungen mit zusätzlichen Marketinginstrumenten wie beispielsweise Bannern oder Flaggen auf den Regionalverband als Sponsor aufmerksam zu machen?**

Bei der Regionalen Kulturförderung erteilt der Regionalverband Ruhr bisher ausschließlich Zuwendungen. Diese sind von Sponsorings zu unterscheiden.

Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen, einer Personengruppe, Organisationen oder Veranstaltungen in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen mit der Erwartung, eine die eigenen Kommunikations- und Marketingziele unterstützende Gegenleistung zu erhalten.

Sollte die Förderung mit weiteren Anforderungen wie z. B. zusätzlichen Marketingmaßnahmen verbunden werden, um auf den RVR als Sponsor aufmerksam zu machen, sind die möglichen steuerlichen Folgen eines Sponsorings zu betrachten. Geht eine Marketingmaßnahme über das Kenntlichmachen des Fördernehmers hinaus, unterliegt der Umsatz beim Geldempfangenden grundsätzlich der Umsatzsteuer. Wird die Umsatzsteuer durch den Geldempfangenden in Rechnung gestellt, muss der RVR die Steuer i. H. v. 19 % auf den Nettobetrag tragen. Dies wäre budgetär zu berücksichtigen – entweder durch die Erhöhung des Fördervolumens um 19% oder eine Reduzierung der zu bewilligenden Projekte.

### 3. Wie könnte ein einheitliches Marketingkonzept für die Kulturförderung aussehen?

Siehe Frage 2.

Unabhängig vom genannten Sachverhalt plant die Verwaltung die Bekanntmachung der Regionalen Kulturförderung zu erweitern:

- Die Darstellung der Regionalen Kulturförderung auf der Internetseite des RVR wird aktuell überarbeitet.
- Auf den Unterseiten der jeweiligen Förderprogramme soll auch auf weitere Förderprogramme des RVR aufmerksam gemacht werden.
- Eine Ausweitung der Kommunikationskanäle, insbesondere über Social Media, zur Bekanntmachung der Einreichungsfrist, ist geplant.

Denkbar wären zudem regelmäßige Netzwerkveranstaltungen für Fördernehmer\*innen sowie weitergehende Beratungsangebote (vgl. hierzu Förderfonds Interkultur Ruhr mit entsprechender personeller Ausstattung).

### 4. Welche Kosten wären mit einem solchen Konzept sowie möglichen Marketingmaterialien verbunden?

Siehe Frage 2.

Regelmäßige Netzwerkveranstaltungen für Fördernehmer\*innen sowie weitergehende Beratungsangebote bedürfen insbesondere zusätzlicher personeller Ressourcen sowie ein kleines Sachkostenbudget für die Durchführung von regelmäßigen Netzwerkveranstaltungen.

Sachbearbeiter/in	Referat / Referatsleiter/in	Bereich / Beigeordnete/r	Regionaldirektorin Karola Geiß-Netthöfel
<b>Baumeister, Maria</b>	<b>Reichart, Stefanie</b>	<b>Bereich I</b>	
Akt.zeichen			