

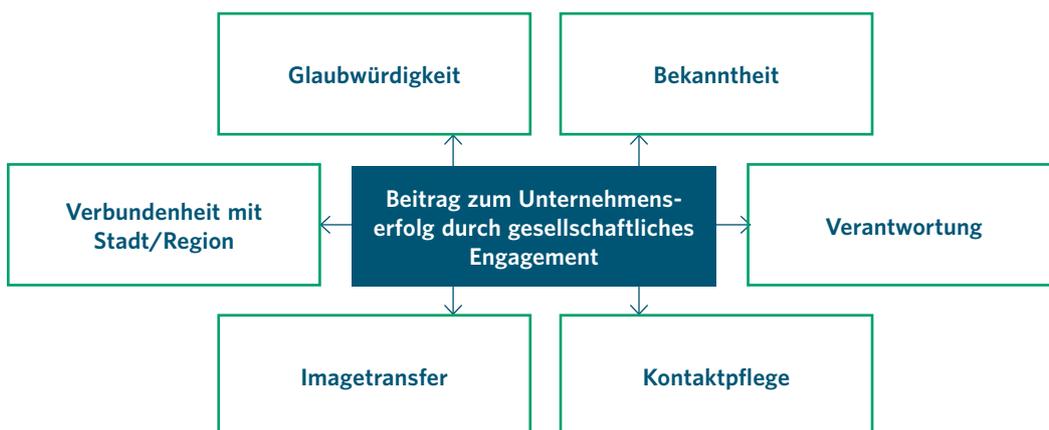
# Konzernrichtlinie Spenden & Sponsoring

## Präambel

Als europäisch aufgestelltes Immobilienunternehmen übernimmt die Vonovia SE Marktführerschaft und steht damit im Zentrum der Aufmerksamkeit von Kunden, Anlegern, Interessensverbänden, Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Als sozial, gesellschaftlich und ökologisch verantwortliche Vermieterin gehört es zum Selbstverständnis von Vonovia, Verantwortung für die Menschen in unseren Wohnungen, ihr direktes Wohnumfeld sowie für Gesellschaft und Natur zu übernehmen.

Mit Fördermaßnahmen im gesellschaftlichen Bereich schafft Vonovia Werte für alle Stakeholder-Gruppen – insbesondere für die Kunden, ihre Nachbarn, das Gemeinwesen, in dem sie leben, sowie die eigenen Mitarbeitenden. Darüber hinaus tragen diese Aktivitäten zur Imagebildung und zum Image-transfer bei (siehe Abbildung).

Durch die Integration gesellschaftlicher Belange in die Unternehmenstätigkeit übernimmt das Unternehmen bewusst Mitverantwortung für die Gesellschaft. Die Aktivitäten von Vonovia in diesen Bereichen sollen das Unternehmen, und wofür es steht, nach außen präsentieren und zum Unternehmenserfolg beitragen. Hierüber kann es Vonovia gelingen, abseits groß angelegter Werbemaßnahmen definierte Zielgruppen anzusprechen und eine emotionale Bindung an das Unternehmen bzw. die Marke Vonovia zu schaffen.



# 1 Vorbemerkung

## 1.1 Aufgaben und Ziele der Richtlinie

Diese Richtlinie beschreibt und regelt die inhaltlichen Vorgaben und Rahmenbedingungen sowie die Einsatzmöglichkeiten für Fördermaßnahmen des gesellschaftlichen Engagements. Sie enthält darüber hinaus Prozessbeschreibungen und definiert Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten für die Planung und Durchführung dieser Fördermaßnahmen.

Diese Richtlinie aktualisiert die bisher gültige „Konzernrichtlinie KR-22 Spenden und Sponsoring“, um der gestiegenen Maßnahmenvielfalt und dem veränderten Charakter der gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme Rechnung zu tragen.

Ziel der Richtlinie ist die Sicherstellung eines einheitlichen Auftretts und einer inhaltlich abgestimmten Ausrichtung der Maßnahmen des gesellschaftlichen Engagements der Vonovia SE. Ein konsistentes Vorgehen trägt dazu bei, zielgerichtet gesellschaftliche Wirkung entfalten zu können und zu einer positiven Unternehmensreputation beizutragen. Damit erweitert sich auch der unternehmerische Handlungsspielraum. Die Richtlinie trägt darüber hinaus dazu bei, die Ordnungsmäßigkeit und Effizienz der Organisationsabläufe sicherzustellen.

Um zu gewährleisten, dass die Richtlinie stets den aktuellen Stand der Strategieumsetzung widerspiegelt, ist sie in regelmäßigen zeitlichen Abständen, mindestens aber alle zwei Jahre, zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Wesentliche Änderungen und Ergänzungen dieser Richtlinie sind gegenüber dem Vorstand zu begründen und von diesem zu genehmigen.

## 1.2 Geltungsbereich

Diese Richtlinie ist für alle Geschäftsbereiche und Unternehmen der Vonovia SE bindend.

# 2 Ziele des gesellschaftlichen Engagements

## 2.1 Warum fördert Vonovia?

Vonovia verfolgt mit der Übernahme gesellschaftlichen Engagements vor allem folgende Zielsetzungen:

- > Beitrag zur allgemeinen Aufwertung (Lebensqualität) von Stadtvierteln/Quartieren und damit zum Wert des dort liegenden Wohnungsbestands
- > Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts sowie von Vielfalt als Beitrag zur Stabilisierung der pluralistisch-demokratischen Grundordnung
- > Unterstützung von hilfebedürftigen oder in Not geratenen Personen(gruppen)
- > Beitrag zur ökologischen Aufwertung von Stadtvierteln/Quartieren
- > Beitrag zu einem positiven Unternehmensbild in der Öffentlichkeit
- > Aufbau von Netzwerken und Einbindung in die Stadtgesellschaft (Sichtbarkeit und Partizipation vor Ort)
- > Unterstützung und Wertschätzung des Engagements von Beschäftigten der Vonovia SE

## 2.2 Wo fördert Vonovia?

Alle Fördermaßnahmen müssen einen Bezug zu Regionen mit Wohnungsbestand und/oder zum Wirkungsfeld des Unternehmens aufweisen. Sie werden daher in der Regel innerhalb der Wohnungsbestände von Vonovia durchgeführt bzw. entfalten dort ihre Wirkung – und kommen somit unseren Kundinnen und Kunden möglichst unmittelbar zugute, können aber, soweit notwendig oder sinnvoll, auch weiter gefasste Zielgruppen des Unternehmens einschließen, wie z. B. Kindertagesstätten in Vonovia Siedlungen.

## 2.3 Wen oder was fördert Vonovia?

Die Vonovia SE unterstützt Einzelpersonen und/oder Gruppen bzw. Organisationen, um interessante Projekte, Ideen und Personen in verschiedenen gesellschaftlichen und ökologischen Bereichen zu fördern.

Die Aktivitäten und Ziele der Geförderten müssen in Einklang mit den Geschäfts- und Kommunikationszielen des Unternehmens stehen und ein angemessenes Verhältnis zwischen Aufwand und Wirkung aufweisen. Zeitlich begrenzte Projekte oder Veranstaltungen sollten positive Effekte deutlich über ihre Laufzeit hinaus erwarten lassen.

Spenden an politische Parteien werden von Vonovia und ihren Tochterunternehmen nicht gewährt (vgl. Code of Conduct, Punkt 10). Einzelpersonen aus Politik und Verbänden werden nicht gesponsert.

Im Mittelpunkt der Förderaktivitäten stehen Maßnahmen, die das **Miteinander im Quartier stärken, zu mehr Vielfalt beitragen und ein lebendiges Lebensumfeld fördern**. Dies gilt sowohl für sozial-gesellschaftliche als auch für ökologische Fördermaßnahmen. Die Maßnahmen sollten so gewählt werden, dass sie konkrete gesellschaftliche Bedarfe adressieren.

## **3 Wege der Förderung**

### 3.1 Geld- und Sachspenden

Der Begriff „Spenden“ bezeichnet eine freiwillige Leistung (**ohne Erbringung einer Gegenleistung**) in Form von Geld- und Sachleistungen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen, in der Regel (aber nicht zwingend) mit einer gewissen Zweckbestimmung. Die Zweckbestimmung bedeutet dabei nicht, dass beim Spender völlige Uneigennützigkeit vorliegen muss. Keine Gegenleistung liegt beispielsweise vor, wenn der Spender zum Dank öffentlich geehrt oder seine Spendenleistung öffentlich bekannt gemacht wird (z. B. durch einfache Wiedergabe des Logos, aber ohne eine Verlinkung zur Internetseite des Unternehmens).

Spenden an gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Organisationen können steuerlich als Betriebsausgaben abgesetzt werden. Hierzu bedarf es einer amtlich anerkannten Spendenquittung der geförderten Einrichtung. Vonovia darf hierbei in keiner wirtschaftlichen Beziehung zum Spendenempfänger stehen. Spenden an gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Einrichtungen sind in der Regel nicht umsatzsteuerpflichtig. Die steuerliche Behandlung kann außerhalb Deutschlands anders geregelt sein und ist entsprechend zu berücksichtigen.

Vonovia spendet i. d. R. mit einem lokalen Fokus an Projekte und Einrichtungen, die in unseren Wohnungsbeständen aktiv sind und vor Ort wirken. Mit der Spende soll ein konkreter Bedarf dieser Projekte und Einrichtungen gedeckt werden. So erbrachte Spendenleistungen können (und sollten) eine positive (mediale) Berichterstattung über das Unternehmen nach sich ziehen. Spenden können finanzielle Zuwendungen ebenso umfassen wie Sachspenden (Baumaterialien, Einrichtungsgegenstände, Werkzeug, Werbemittel etc.).

## 3.2 Sponsoring

„Sponsoring“ bezeichnet die Unterstützung oder Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen durch Vonovia in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen. Wesensmerkmal des Sponsorings ist die zielbezogene Zusammenarbeit zwischen Sponsor (Vonovia) und Gesponsertem.

Sponsoring basiert immer auf dem Prinzip von **Leistung** und **Gegenleistung** (anders als bei einer Spende). Leistung und Gegenleistung sollen im Idealfall in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

Die Leistungen des Sponsors, hier von Vonovia, beruhen in der Regel auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoringvertrag), in der Art und Umfang der Leistungen auf beiden Seiten geregelt sind. Sponsoringmaßnahmen sind i. d. R. umsatzsteuerpflichtig. Unter bestimmten Voraussetzungen können diese Zahlungen ebenfalls als Betriebsausgaben verbucht und die gezahlte Umsatzsteuer als Vorsteuer geltend gemacht bzw. in Abzug gebracht werden. Die steuerliche Behandlung kann außerhalb Deutschlands anders geregelt sein und ist entsprechend zu berücksichtigen.

Das Sponsoring stellt ein Marketinginstrument und Teil der Öffentlichkeitsarbeit von Vonovia dar. Es dient als strategisches Kommunikationsinstrument, das den Bekanntheitsgrad und die Imagebildung von Vonovia befördern soll. Es ermöglicht eine Ansprache und Kontaktpflege der Zielgruppe im nicht kommerziellen Sinn. Das Image der gesponserten Person oder Gruppe/Organisation kann für die eigenen Unternehmenszwecke genutzt bzw. auf das Image von Vonovia (bzw. der Tochtergesellschaften) und die Produkte des Unternehmens transferiert und für die eigene Kommunikationszielsetzung genutzt werden.

## 3.3 Kooperationen

Während Spenden durch die einmalige Vergabe und Sponsoring durch den klaren Werbebezug auf das Unternehmen charakterisiert sind, bieten Kooperationen mit gesellschaftlichen Organisationen die Möglichkeit, langfristige Partnerschaften zur Erreichung gemeinsamer gesellschaftlicher und ökologischer Ziele aufzubauen. Sie stellen daher ein wesentliches Element für die Entwicklung des gesellschaftlichen Engagements von Vonovia dar. Wesentliche Ziele bzw. Charakteristika solcher Kooperationen sind unter anderem:

- > Entwicklung und Verfolgung gemeinsamer gesellschaftlicher/ökologischer Ziele durch die Bündelung von Kompetenzen, Leistungen und Netzwerken
- > Aufbau von Vertrauen zu Stakeholdern aus der Gesellschaft zur Stärkung der gesellschaftlichen Verankerung des Unternehmens sowie zum Reputationsaufbau
- > Wissenstransfer und Identifikation von Innovationen aus dem gesellschaftlich/ökologischen Bereich auf Vonovia
- > Imagetransfer der Kooperationspartner für die eigenen Unternehmenszwecke

Kooperationen mit gesellschaftlichen Organisationen finden i. d. R. in einem übergeordneten Rahmen statt und haben besondere kommunikative Wirkung. Solche Kooperationen (z. B. mit dem NABU oder verschiedenen Trägern der freien Wohlfahrtspflege) sind daher kommunikativ zwingend mit der Unternehmenskommunikation abzustimmen.

### 3.3.1 Überlassung von Räumen

Eine besondere – und für Vonovia besonders relevante – Kooperationsform ist die Bereitstellung/Überlassung von Räumen für gesellschaftliche Einrichtungen und Organisationen. Über die vergünstigte oder mietzinsfreie Überlassung von Räumlichkeiten kann Vonovia einen erheblichen positiven Beitrag mit einem starken Geschäftsfeldbezug leisten.

Die Überlassung von Räumen geschieht vor Ort und sollte die Bedarfe der lokalen Umgebung berücksichtigen.

Räume können sowohl im gewerblichen Bereich als auch als Wohnraum zur Verfügung gestellt werden. Typische Einsatzfelder sind unter anderem:

- > Wohnraum in angespannten Wohnungsmärkten für gesellschaftlich besonders relevante Zielgruppen (z. B. Erzieher, Pflegekräfte, Polizisten etc.)
- > Wohnraum für schutzbedürftige Personen (z. B. Geflüchtete, Obdachlose, Demenzerkrankte, etc.)
- > Gewerberäume für gesellschaftliche Einrichtungen (z. B. Quartiersbüros, Sozialstationen, Kultureinrichtungen, Jugendzentren, etc.)

### 3.4 Engagement von Mitarbeitenden

Beim freiwilligen gesellschaftlichen Engagement von Mitarbeitenden (auch Corporate oder Employee Volunteering genannt) werden die Beschäftigten des Unternehmens tätig und unterstützen mit ihrer Arbeitskraft und ihren Kompetenzen gesellschaftliche oder ökologische Projekte oder Einrichtungen.

Neben der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung hat das Volunteering Effekte auch in Bezug auf die Personalentwicklung (Teambuilding, Stärkung sozialer Kompetenzen, Retention etc.).

### 3.5 Stiftungen

Vonovia zeigt sein gesellschaftliches Engagement auch über Stiftungen sowohl im Rahmen von Fördermaßnahmen zugunsten der Mieterinnen und Mieter oder des Mietumfelds als auch in sozialen Notlagen. Derzeit ist das Unternehmen an fünf Stiftungen beteiligt: Vonovia Stiftung, Vonovia Mieterstiftung e. V., Stiftung Mensch und Wohnen, Stiftung Pro Bochum sowie Geheimrat Huber-Stiftung. Die Stiftungen agieren unabhängig und werden von dieser Richtlinie nicht erfasst. Grundsätzlich ist aber stets zu prüfen – sofern räumlich passend –, ob Spenden oder Sponsoring auch über die Stiftungen von Vonovia abgewickelt werden können.

## **4 Organisation**

### 4.1 Mittelvergabe und Koordination

Spenden- und Sponsoringanfragen gehen in den verschiedensten Unternehmensbereichen ein. Die reaktive Förderung solcher externen Anfragen sollte den geringeren Teil der Aktivitäten des gesellschaftlichen Engagements der Vonovia SE darstellen. Zielführender (da passgenauer) ist die proaktive Entwicklung und Akquise von Fördermaßnahmen.

Die Bewilligung und Durchführung von Maßnahmen mit regionalem Bezug obliegt dabei den Regionalverantwortlichen der Vonovia Geschäftsbereiche mit direktem Kundenkontakt. Der Bereich Unternehmenskommunikation steht hierbei im Kontext der Richtlinie beratend zur Seite.

Ausnahme bilden diejenigen regionalen Maßnahmen, die über ein zentrales Budget der Unternehmenskommunikation finanziert werden. Hier haben die Regionalverantwortlichen ein Vorschlagsrecht. Die Maßnahmen werden dann von der Unternehmenskommunikation einer Passungsprüfung unterzogen und dort final bewilligt.

Bei allen regionalen Spendenmaßnahmen obliegt es den Regionalverantwortlichen, eine entsprechende Spendenquittung einzuholen und diese (im Original) an den Zentralbereich Steuern zu übermitteln.

Übergeordnete Maßnahmen werden über den Bereich Unternehmenskommunikation koordiniert. Darüber hinaus ist dieser Bereich zuständig für die begleitende Kommunikation der Spenden- und Sponsoringmaßnahmen sowie die Aufbereitung für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Daher sollte die Unternehmenskommunikation über geplante Maßnahmen und deren Umfang informiert werden.

Umfassendere Kooperationen mit gesellschaftlichem oder ökologischem Bezug können von allen Gesellschaften bzw. Geschäftsbereichen der Vonovia SE initiiert, koordiniert und durchgeführt werden. Hierbei sind die Vorgaben dieser Richtlinie zwingend zu berücksichtigen und die Unternehmenskommunikation einzubinden. Die Überlassung von Räumen obliegt dem Immobilienmanagement und wird dezentral entschieden und koordiniert. Um eine umfassende Berichterstattung über diesen wesentlichen Förderansatz zu ermöglichen, ist die Unternehmenskommunikation über diese Maßnahmen zu informieren.

Maßnahmen mit Bezug auf das Engagement von Mitarbeitenden der Vonovia SE haben Einfluss auf die Personalentwicklung. Bei Volunteering-Maßnahmen ist daher die Personalabteilung des Unternehmens einzubinden. Die Einbindung der Unternehmenskommunikation zu Kommunikationsmaßnahmen erfolgt analog zu den weiteren in dieser Richtlinie benannten Maßnahmen.

Länderspezifische Maßnahmen werden von den jeweiligen Ländergesellschaften koordiniert und über die örtlichen Kommunikationsabteilungen begleitet. Dies erfolgt in Abstimmung mit dem Zentralbereich Unternehmenskommunikation der Vonovia SE. Bei der BUWOG liegt die Zuständigkeit für die Umsetzung der Maßnahmen bei der dortigen Unternehmenskommunikation.

Auf Basis der verfügbaren Daten erfolgt über die vorgenommenen Aktivitäten und die Budgetverwendung jährlich ein Bericht über das gesellschaftliche Engagement an den Vorstand von Vonovia, der vom Bereich Unternehmenskommunikation erstellt und darüber hinaus auch für die Nachhaltigkeitsberichterstattung genutzt wird.

#### 4.2 Kommunikation

Die Kommunikation des gesellschaftlichen Engagements der Vonovia SE liegt in der Verantwortung des Zentralbereichs Unternehmenskommunikation. Dieser ist daher über alle wesentlichen Maßnahmen vorab zu informieren. Die Auswahl und Koordination der geeigneten in- und externen Kommunikationsinstrumente erfolgt durch den Zentralbereich. Konkrete Regelungen hierzu sind in der „Konzernrichtlinie KR-15 Kommunikation“ näher ausgeführt.

Im Zuge der stärkeren regionalen Fokussierung und Positionierung von Vonovia kommt der regionalen Kommunikation eine besondere Bedeutung zu. Sie ist insbesondere geeignet, die Ziele, die Vonovia mit dem gesellschaftlichen Engagement verfolgt (siehe 2.1.), wirkungsvoll zu unterstützen.

#### 4.3 Freigabegrenzen

Die Freigabegrenzen sind durch die „Konzernrichtlinie KR-28 Genehmigungsgrenzen und Entscheidungskompetenzen“ vorgegeben.