

---

# Sponsoringweisung

19. Juli 2016

## Inhaltsverzeichnis

1. Zweck .....	3
2. Anwendungsbereich .....	3
3. Code of Conduct .....	3
4. Definitionen .....	3
4.1 Allgemeines .....	3
4.2 Sponsoring.....	3
4.3 Werbung .....	3
4.4 Kick-back-Zahlungen .....	4
4.5 Geschenke und Spenden .....	4
4.6 Einladungen.....	4
4.7 Abgrenzungen.....	4
5. Sponsoring-Regeln .....	5
6. Genehmigungsverfahren .....	5
7. Kontrolle .....	6
8. Auskünfte .....	6
9. Inkrafttreten.....	6

## 1. Zweck

Diese Weisung soll den Mitarbeitenden der AFG aufzeigen, welche Regeln es im Bereich Sponsoring aus Compliance Sicht zu beachten gilt und inwiefern sich Sponsoring von anderen Arten von geldwerten Zuwendungen unterscheidet. Teil der Sponsoringweisung ist die Checkliste im Anhang.

Zwecks besserer Lesbarkeit wurde nachfolgend im Text teilweise nur die männliche Form verwendet. Dies schliesst die weibliche Form selbstverständlich mit ein.

## 2. Anwendungsbereich

Die Sponsoringweisung findet auf sämtliche Mitarbeitenden der Konzerngesellschaften der AFG Arbonia-Forster-Holding AG (nachfolgend „AFG“) Anwendung. Hinsichtlich Ziffer 6 lit. f) gelangt diese Weisung zusätzlich in Bezug auf die Mitglieder des Verwaltungsrats der AFG Arbonia-Forster-Holding AG zur Anwendung.

## 3. Code of Conduct

Die vorliegende Weisung basiert auf dem Code of Conduct der AFG und den dazugehörigen Konzernweisungen (insbesondere „Geschenkwweisung“ und „Weisung über den Umgang mit Kick-back-Zahlungen“) und ergänzt diese Dokumente im Bereich Sponsoring.

## 4. Definitionen

### 4.1 Allgemeines

Im Geschäftsalltag kommen verschiedene Arten von Zahlungen oder Zuwendungen vor, welche die AFG ihren Geschäftspartnern, Dienstleistern, Kunden etc. zukommen lässt. Um die verschiedenen Arten von Zahlungen und Zuwendungen richtig zuordnen zu können, werden nachfolgend die wichtigsten Begriffe definiert. Es obliegt den für die jeweiligen Geschäfte Verantwortlichen, die Abgrenzungen im Genehmigungsprozess zu berücksichtigen.

### 4.2 Sponsoring

Sponsoring bedeutet die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how seitens AFG zur Förderung von Personen und/oder Organisationen in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und Medien verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation (Bsp. Bekanntheitsförderung und/oder Imageverbesserung) zu erreichen. Als Gegenleistung für das Sponsoring kann die AFG ihr Logo sowie ihre Produkte u.a. auf Plakaten, Internetseiten, Fahnen, Spieler-Trikots, Spielfeld-Banden etc. anbringen oder ihre Sponsoringaktivitäten in Ton- und Bildmedien erwähnen lassen. Erfüllt die genannte Aktivität diese Voraussetzungen, handelt es sich um ein Sponsoring, ungeachtet dessen, wie das Vertragsverhältnis zwischen der AFG und dem Sportler, Verein, Veranstalter etc. bezeichnet wird.<sup>1</sup>

### 4.3 Werbung

Werbung ist die gezielte Bekanntmachung eines Unternehmens, einer Marke oder eines Produktes auf Schriftstücken, in Ton- und Bildmedien, ohne dass eine Verbindung ausserhalb des Werbevertrags zwischen der AFG und der Werbeagentur bzw. dem den Werbeauftrag ausführenden Unternehmen erkennbar ist. Unter Werbung fallen auch Inserate in Fachliteratur und Tageszeitungen, Verkaufsprospekte, Verkaufsveranstaltungen<sup>2</sup> mit Fachpartnern, Zulieferern, Händlern und Agenten sowie die Teilnahme an Fachmessen. Der Abschluss von Werbeverträgen unterliegt den üblichen Regelungen über den Einkauf von Dienstleistungen.

---

<sup>1</sup> So sind beispielsweise sämtliche „Werbeaktivitäten“ im Zusammenhang mit Sportlern oder Sportanlässen als Sponsoring zu qualifizieren.

<sup>2</sup> Vorbehältlich der auf Einladungen anwendbaren Bestimmungen in der Geschenkwweisung.

#### 4.4 Kick-back-Zahlungen

Kick-back-Zahlungen sind Rückerstattungen, welche die AFG ihren Kunden aufgrund des Erreichens gewisser vorab vereinbarter Umsätze zukommen lässt. Somit geht einer Kick-back-Zahlung stets ein umsatzgenerierendes Geschäft voran. Solche Rückerstattungen unterliegen der Weisung über den Umgang mit Kick-back-Zahlungen.

#### 4.5 Geschenke und Spenden

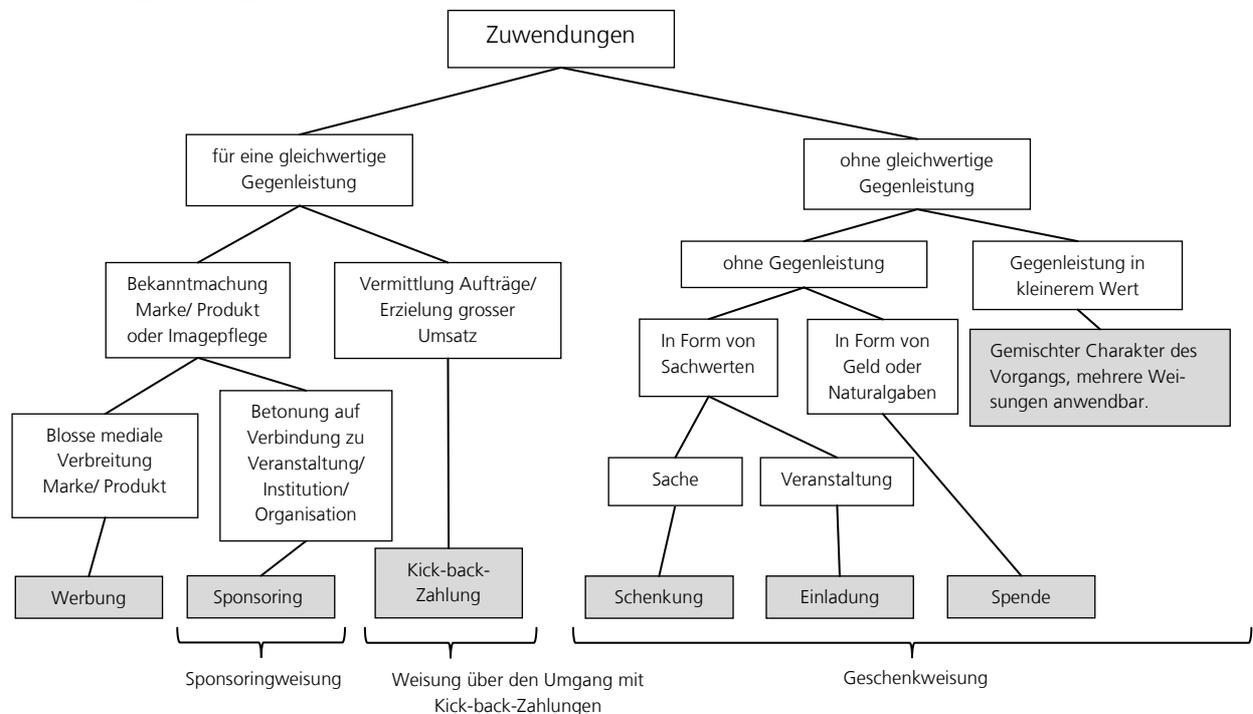
Geschenke sind freiwillige Zuwendungen in Sachwerten oder anderen Vorteilen ohne Gegenleistung. Eine gemischte Schenkung liegt vor, wenn eine allfällige Gegenleistung in keinem angemessenen Verhältnis zur geleisteten Zuwendung steht. Die Leistung von Geschenken unterliegt der Geschenkweisung.

Spenden sind wichtige Massnahmen, um als Teil der Gesellschaft Verantwortung auch über die unternehmerischen Bereiche hinaus wahrzunehmen und gleichzeitig verstärkt Aufmerksamkeit auf das eigene Unternehmen zu lenken. Spenden sind Geldzahlungen oder Naturalgaben an natürliche oder juristische Personen, denen keine Gegenleistung entgegen steht. Spenden sind analog der Geschenkweisung zu behandeln.

#### 4.6 Einladungen

Als Einladung gilt die Übernahme von Kosten für Verpflegung, Unterkunft, Transport und Veranstaltungsbesuche. Einladungen unterliegen der Geschenkweisung.

#### 4.7 Abgrenzungen



## 5. Sponsoring-Regeln

- a) Mit einem Sponsoring dürfen keine widerrechtlichen oder sonstwie fragwürdigen Zwecke verfolgt werden.
- b) Leistung und Gegenleistung haben in einem angemessenen Verhältnis zu stehen.
- c) Ein Sponsoring darf nicht im Zusammenhang mit einem Auftrag, welcher der AFG erteilt worden ist oder in Aussicht gestellt wird, stehen. Jegliche Sponsoringanfragen von Kunden oder Dritten, welche die Interessen der Kunden gegenüber der AFG vertreten, sind abzulehnen. Dies gilt auch für Sponsoringanfragen von Personen, welche den vorgenannten Personen nahestehen.
- d) Sponsoring hat stets transparent und schriftlich dokumentiert zu erfolgen. Hierzu ist für Sponsoring von mehr als CHF 200 bzw. EUR 200 die Checkliste im Anhang auszufüllen, zu unterzeichnen und zu archivieren. Für Sponsoring bis und mit CHF 200 bzw. EUR 200 ist im Zuge der Visierung der Rechnung folgender Vermerk anzubringen: „Es liegt weder ein Auftragszusammenhang, noch Interessenkonflikt vor.“
- e) Zahlungen dürfen nicht auf private Konten erfolgen, Barzahlungen sind verboten.
- f) Sponsoring darf kein Abhängigkeitsverhältnis beim Sponsoringempfänger bewirken.
- g) Grundsätzlich unzulässig sind Sponsoringbeträge irgendwelcher Art für Amtsträger oder Personen mit öffentlichen Funktionen oder diesen nahestehenden Personen sowie für politische Anlässe oder Zwecke. In begründeten Ausnahmefällen kann die Konzernleitung solche Sponsoring genehmigen [vgl. Ziffer 6 lit. e)].

## 6. Genehmigungsverfahren<sup>3,4</sup>

- a) Sponsoring bis und mit CHF 200 bzw. EUR 200 bedarf keiner Bewilligung. Es sind dennoch die Pflichten gemäss Ziff. 5 zu beachten.
- b) Sponsoring ab CHF 201 bzw. EUR 201 bis und mit CHF 1'000 bzw. EUR 1'000 kann durch den Geschäftsführer/ BU-Leiter bewilligt werden.
- c) Sponsoring ab CHF 1'001 bis und mit CHF 5'000 bzw. ab EUR 1'001 bis und mit EUR 5'000 ist durch den Divisionsleiter zu bewilligen.
- d) Sponsoring, welches von der AFG Services AG und der AFG Management AG getätigt wird, wird ab CHF 201 bzw. EUR 201 bis und mit CHF 5'000 bzw. EUR 5'000 durch den CEO bewilligt.
- e) Sponsoring ab CHF 5'001 bzw. EUR 5'001 ist durch die Konzernleitung zu bewilligen.
- f) In begründeten Ausnahmefällen kann die Konzernleitung ein Sponsoring an einen Amtsträger, eine Person mit öffentlicher Funktion oder diesen nahestehenden Personen sowie für politische Anlässe oder Zwecke bewilligen.

---

<sup>3</sup> In Fällen mehrjähriger Sponsoring-Engagements beziehen sich die in Ziffer 6 lit. b) – e) angegebenen Höchstbeträge auf das Sponsoring-Engagement pro Kalenderjahr. Beispiel: Beläuft sich die zu bewilligende Sponsoringanfrage auf ein auf drei Jahre aufgeteiltes Engagement in der Gesamthöhe von total CHF 9'000, so ist der Divisionsleiter für die Bewilligung zuständig.

<sup>4</sup> Die in Ziffer 6 lit. a) – e) angegebenen CHF-Beträge gelten als Basis zur Berechnung des Gegenwertes in anderen Währungen. Einzig für die EUR-Währung erfolgt keine Umrechnung.

- g) Sponsoringanträge von Mitgliedern des Verwaltungsrats der AFG Arbonia-Forster-Holding AG sind vom Gesamtverwaltungsrat zu genehmigen. Über solche Sponsoringanfragen sind der Verwaltungsratspräsident sowie das Generalsekretariat zu informieren.

## **7. Kontrolle**

Die Kontrolle der Einhaltung der Bestimmungen dieser Weisung erfolgt durch das Internal Audit.

## **8. Auskünfte**

Auskünfte im Zusammenhang mit dieser Weisung erteilt der Head of Legal & Compliance.

## **9. Inkrafttreten**

Die vorliegende Weisung wurde von der Konzernleitung am 19. Juli 2016 genehmigt und trat gleichentags in Kraft. Sie ersetzt die Weisung vom 1. Mai 2016.

Arbon, 19. Juli 2016

AFG Arbonia-Forster-Holding AG

Alexander von Witzleben  
Verwaltungsratspräsident  
CEO a.i.

Andrea Wickart  
Head of Legal & Compliance / Generalsekretärin

Anhang: Checkliste „Sponsoring“

## Checkliste "Sponsoring"

---

Mit dem Ausfüllen der vorliegenden Checkliste wird der Sachverhalt, welcher dem beabsichtigten Sponsoring zugrunde liegt, transparent dargestellt. Die ausgefüllte Checkliste ermöglicht es der internen Genehmigungsinstanz (vgl. Weisung, Ziffer 6) festzustellen, ob die Sponsoring-Regeln (vgl. Weisung, Ziffer 5) eingehalten sind.

### 1. Was wird mit dem Sponsoring bezweckt?

---

---

---

*Keinesfalls darf das Sponsoring im Zusammenhang mit einem Auftrag, welcher der AFG erteilt worden ist oder in Aussicht gestellt wird, stehen. Jegliche Sponsoringanfragen von Kunden oder Dritten, welche die Interessen der Kunden gegenüber der AFG vertreten, sind abzulehnen. Dies gilt auch für Sponsoringanfragen von Personen, welche den vorgenannten Personen nahestehen [vgl. Weisung, Ziffer 5 lit. c)].*

### 2. Ist mit dem Sponsoring eine einmalige oder wiederkehrende Zahlung verbunden?

einmalige Zahlung:

Währung / Betrag: \_\_\_\_\_

wiederkehrende Zahlung:

Währung / Betrag: \_\_\_\_\_ pro Monat/ Quartal/ Jahr (bitte Unzutreffendes streichen),

für den Zeitraum bis am: \_\_\_\_\_

*Im Falle eines mehrjährigen Sponsoring-Engagements ist der pro Kalenderjahr zu zahlende Betrag ausschlaggebend für die Genehmigungsinstanz (vgl. Weisung, Ziffer 6, Fussnote 3).*

## Checkliste "Sponsoring"

---

### 3. Entspricht der Wert des Sponsorings dem Wert der Gegenleistung?

- Ja. Als vollwertige Gegenleistung für das Sponsoring erhält die AFG:

---

---

---

- Nein. Als Gegenleistung erhält die AFG lediglich:

---

---

---

*Leistung und Gegenleistung haben in einem angemessenen Verhältnis zu stehen [vgl. Weisung, Ziffer 5 lit. b)]. Sofern der Wert des Sponsorings höher ist als der Wert der Gegenleistung, ist anzugeben, wie sich der über den Wert des Sponsorings hinausgehende Betrag rechtfertigt bzw. qualifizieren lässt. Handelt es sich beim betreffenden Betrag um eine Schenkung, so ist die Geschenkweisung zusätzlich zu beachten (vgl. Weisung, Ziffer 4.7).*

### 4. Wird das Sponsoring im Rahmen eines schriftlichen Vertrags vereinbart?

- Ja. Der Vertrag liegt der vorliegenden Checkliste bei.
- Nein. Es sind folgende Belege vorhanden, welche der vorliegenden Checkliste beiliegen:

---

---

*Das Sponsoring hat transparent und schriftlich dokumentiert zu erfolgen [vgl. Weisung, Ziffer 5 lit. d)]. Eine Kopie des Sponsoringvertrags bzw. der entsprechende Belege sind zusammen mit der vorliegenden Checkliste aufzubewahren.*

## Checkliste "Sponsoring"

---

### 5. Von wem wird die AFG ersucht, ein Sponsoring auszurichten?

- externer Dritter  
Vorname/ Name:

---

Firma/ Sitz:

---

- Marketingabteilung der AFG
- Mitarbeitender der AFG (nicht der Marketingabteilung zugehörig):

Vorname/ Name:

---

Funktion des Mitarbeitenden:

---

Grund des Sponsoringantrages:

---

---

- Verwaltungsrat der AFG Arbonia-Forster-Holding AG:

Vorname/ Name:

---

*Das Sponsoring hat transparent und schriftlich dokumentiert zu erfolgen [vgl. Weisung, Ziffer 5 lit. d)]. Die Dokumentation hat daher auch Angaben zur Person, welche das Sponsoring beantragt, zu beinhalten. Sponsoringanfragen von Mitgliedern des Verwaltungsrats der AFG Arbonia-Forster-Holding AG bedürfen eines Beschlusses des Gesamtverwaltungsrats. Über solche Sponsoringanfragen sind der Verwaltungsratspräsident und das Generalsekretariat zu informieren [(vgl. Weisung, Ziffer 6 lit. g)].*

## Checkliste "Sponsoring"

---

**6. Entspricht das Sponsoring der internen Sponsoring-/ Marketingstrategie?**

Ja

Nein. Grund, warum das Sponsoring dennoch bewilligt werden soll:

---

---

---

*Sofern die Sponsoringanfrage nicht der internen Sponsoring-/ Marketingstrategie entspricht, ist zu begründen, warum hinsichtlich des betreffenden Sponsorings eine Ausnahme gemacht werden soll.*

**7. Besteht, nebst der Verfolgung der Marketingstrategie, ein weiterer Zweck des Sponsorings?**

Nein

Ja, nämlich:

---

---

*Keinesfalls darf das Sponsoring im Zusammenhang mit einem Auftrag, welcher der AFG erteilt worden ist oder in Aussicht gestellt wird, stehen. Jegliche Sponsoringanfragen von Kunden oder Dritten, welche die Interessen der Kunden gegenüber der AFG vertreten, sind abzulehnen. Dies gilt auch für Sponsoringanfragen von Personen, welche den vorgenannten Personen nahestehen [vgl. Weisung, Ziffer 5 lit. c)].*

## Checkliste "Sponsoring"

---

**8. Handelt es sich beim Sponsoringempfänger um einen Amtsträger oder eine Person mit öffentlicher Funktion oder steht der Sponsoringempfänger solchen Personen nahe? Oder soll mit dem Sponsoring ein politischer Anlass oder Zweck unterstützt werden?**

- Beim Sponsoringempfänger handelt sich nicht um einen Amtsträger oder eine Person mit öffentlicher Funktion. Der Sponsoringempfänger steht solchen Personen auch nicht nahe. Mit dem Sponsoring soll auch kein politischer Anlass oder Zweck unterstützt werden.
- Beim Sponsoringempfänger handelt es sich um einen Amtsträger bzw. um eine Person mit öffentlicher Funktion bzw. der Sponsoringempfänger steht solchen Personen nahe.

Vorname/ Name des Sponsoringempfängers:

---

Titel/ Behörde (bei nahestehenden Personen bitte Verwandtschaftsgrad/ Verbindung) angeben:

---

Grund, warum das Sponsoring bewilligt werden soll:

---

---

---

- Mit dem Sponsoring soll nicht spezifisch ein Amtsträger oder eine Person mit öffentlicher Funktion, sondern vielmehr ein politischer Anlass oder Zweck gefördert werden.

Grund, warum das Sponsoring bewilligt werden soll:

---

---

---

*Sponsoringanträge zugunsten von Amtsträgern, Personen mit öffentlichen Funktionen oder ihnen nahestehenden Personen oder für politische Anlässe oder Zwecke können nur in begründeten Ausnahmefällen bewilligt werden. Bewilligungsinstanz ist ausschliesslich und unabhängig vom Betrag die Konzernleitung [vgl. Weisung, Ziffer 6 lit. f)].*

## Checkliste "Sponsoring"

---

Die Unterzeichnenden bestätigen, dass die Sponsoring-Regeln (vgl. Weisung, Ziffer 5) und das Genehmigungsverfahren (vgl. Weisung, Ziffer 6) eingehalten sind.

\_\_\_\_\_  
Ort/ Datum

\_\_\_\_\_  
Ort/ Datum

Der interne Antragsteller:  
(in der Regel Mitarbeitender der Marketingabteilung)

Genehmigt durch:

\_\_\_\_\_  
(Unterschrift)

\_\_\_\_\_  
(Unterschrift)

\_\_\_\_\_  
(Vorname/ Name/ Funktion)

\_\_\_\_\_  
(Vorname/ Name/ Funktion)

Beiliegende Dokumente:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_