

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 09.05.2012
Dezernat I	Amt I/03	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0115/12

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister Stadtrat	05.06.2012 05.07.2012	nicht öffentlich öffentlich

Thema: Sponsoringleistungen 2011 für die Landeshauptstadt Magdeburg

Unter Sponsoring ist die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Einzelpersonen oder Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen oder Organisationen in kulturellen, wissenschaftlichen, sportlichen, sozialen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen zu verstehen, wobei vom Sponsoringgeber dabei regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung bzw. Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Sponsoring basiert immer auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung. Hiervon ausgenommen sind Förderungen durch Stiftungen wie z. B. Kulturstiftung der Länder, Kulturstiftung Kaiser Otto, Ernst-von-Siemens-Kunststiftung u. ä. sowie Einrichtungen, deren Unternehmenszweck mit der Unterstützung kultureller, sportlicher etc. Ereignisse definiert sind (z. B. Lotto-Toto-GmbH).

Sponsoring hat aufgrund der angespannten Haushaltssituation vieler Kommunen für die öffentliche Verwaltung und somit auch für die Landeshauptstadt Magdeburg in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Es ist vor allem für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, kulturelle und sportliche Veranstaltungen sowie Ausstellungen und soziale Projekte geeignet, da sicherzustellen ist, dass die Inhalte der öffentlich-rechtlichen Verwaltungstätigkeit nicht durch sachfremde Erwägungen beeinflusst werden, insbesondere der Sponsor von der Verwaltung keine öffentlich-rechtliche Genehmigung erwartet. Zur Vermeidung des Anscheins der Befangenheit der öffentlichen Verwaltung muss jede Form der finanziellen Unterstützung staatlichen Handelns für die Öffentlichkeit erkennbar und nachvollziehbar sein.

Dem Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg wird deshalb auf der Grundlage der Dienstanzweisung I/03/02 über Sponsoring vom 11. Januar 2005 jährlich durch die Kontrollstelle I/03 eine Auflistung aller im Vorjahr erhaltenen Sponsoringleistungen von Unternehmen und Privatpersonen vorgelegt.

Grundsätzlich soll über die Leistung eines Sponsors an die Landeshauptstadt Magdeburg eine schriftliche Vereinbarung, in der die Art und der Umfang der Leistung sowie die Laufzeit festgelegt sind, geschlossen werden. Die Ämter, Fachbereiche und Eigenbetriebe haben diese Vorgabe im vergangenen Jahr größtenteils erfüllt. Bei vier Sponsoringleistungen liegen keine Sponsoringvereinbarungen vor, allerdings gibt es jeweils Unterlagen, aus denen Leistung und Gegenleistung hervorgehen. Um die finanztechnische Überprüfung und Transparenz gewährleisten zu können, ist auf das Erfordernis der schriftlichen Fixierung auch künftig besonderes Augenmerk zu legen.

Im Jahr 2011 wurden Projekte der Landeshauptstadt Magdeburg in Höhe von **180.549,96 EUR** gefördert. In dieser Summe sind Sponsoringleistungen in Höhe von 112.850,00 EUR enthalten,

die von den Sponsoren für die Veröffentlichung nicht freigegeben wurden. Sie liegen dem Oberbürgermeister vor und können bei Bedarf von den Stadträten eingesehen werden.

Zusätzlich zu den vorgenannten Sponsoringleistungen wurden acht Kooperationsvereinbarungen für die „6. Lange Nacht der Wissenschaft“ mit teilnehmenden Forschungseinrichtungen (Gesamtvolumen 21.615,00 Euro) abgeschlossen. Die Kooperationspartner beteiligten sich an Druck-/Marketingkosten für die „Lange Nacht der Wissenschaft“.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Sponsoringleistungen im Jahr 2011 nach Dezernaten dar und zeigt zum Vergleich auch die Gesamthöhe der Sponsoringleistungen an das jeweilige Dezernat im Vorjahr:

Dezernat	Sponsoringleistungen - Gesamthöhe - im Jahr 2010	Sponsoringleistungen - Gesamthöhe - im Jahr 2011
OB	15.000,00	13.300,00 (+ Sachleistungen)
I	850,00	9.499,96 (+ Sachleistungen)
II	25.640,00	21.470,00
III	75.436,00	7.450,00
IV	83.500,00	119.030,00
V	1.100,00	600,00
VI	9.200,00	9.200,00
Gesamt:	210.726,00	180.549,96

Anhand der Darstellung der Gesamtsponsoringleistungen wird ersichtlich, dass sich trotz der deutlichen Erhöhung der eingeworbenen Sponsoringmittel im Kulturbereich im Vergleich zum Vorjahr das Wertvolumen des Sponsorings um 30.176,04 EUR verringerte.

Ursächlich hierfür ist die erhebliche Verringerung der im Rahmen der Imagekampagne Ottostadt eingeworbenen Finanzmittel. Die Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg hatte ursprünglich für das Jahr 2011 geplant, rund 300.000,00 Euro Sponsoringmittel einzuwerben. Stattdessen wurden im vergangenen Jahr nur noch rund 10 Prozent der Sponsoringmittel des Jahres 2010 erreicht.

Das Dezernat III begründet dies damit, dass die Gespräche mit Unternehmen über eine den städtischen Anteil verringere Beteiligung an den Kosten der Dachmarke mehrfach daran gescheitert sind, dass die Unternehmen keine allgemeinen Einzahlungen auf das Konto der

Dachmarke vornehmen, sondern konkret und projektbezogen Mittel einsetzen wollten, die den Unternehmenszwecken direkt dienen und dabei die Ottostadt – Magdeburg – Dachmarkenidee transportieren.

Da die „Meilensteine“ für das Projektjahr 2011 überwiegend bereits feststanden, war es nach Aussage des Beigeordneten Herrn Nitsche leider in den wenigsten Fällen möglich, die grundsätzliche Sponsoringbereitschaft der Unternehmen mit den finanziell unternetzten Projektplanungen der Dachmarke in Übereinstimmung zu bringen, so dass die Unternehmen dazu übergegangen sind, Projekte im Ottostadtdesign selbstständig umzusetzen und zu finanzieren. Diese Mittel sind dadurch für die Landeshauptstadt Magdeburg nicht haushalts- und kassenwirksam geworden. Lediglich drei Unternehmen konnten gewonnen werden, Sponsoringleistungen in einer Gesamthöhe von 7.450,00 Euro für die Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg zu erbringen.

Die Erhöhung der Sponsoringleistungen an das Dezernat I ist das Ergebnis der erfolgreichen Bemühungen des Umweltamtes, Unternehmen als Unterstützer des Umweltpreises zu gewinnen. Es gelang, mit 8 Unternehmen Sponsoringvereinbarungen abzuschließen.

Erfreulich ist, dass es dem Dezernat II (konkret dem Eigenbetrieb Stadtgarten und Friedhöfe Magdeburg) gelungen ist, für die Betriebskosten der städtischen Springbrunnen erneut Sponsoringelder in einer Gesamthöhe von über 21.000,00 Euro einzuwerben. Hier zeigt sich ungeachtet der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Situation die Identifikation von Firmen und Unternehmen, aber auch Einzelpersonen, mit unserer Stadt und die Bereitschaft, ihren Beitrag für eine Verschönerung des Stadtbildes zu leisten.

Im Kulturbereich ist es im vergangenen Jahr gelungen, im Vergleich zur Gesamtsponsoringsumme des Vorjahres zusätzlich rund 35.000,00 Euro für die Durchführung von Ausstellungen oder Veranstaltungsprojekte einzuwerben. Die Bereitschaft der Sponsoren, die Kulturlandschaft der Stadt Magdeburg dauerhaft und in dieser beachtlichen Höhe zu unterstützen, ist insbesondere aufgrund der Haushaltssituation der Landeshauptstadt Magdeburg für die Bürgerinnen und Bürger von großer Bedeutung und zeugt von der Anerkennung der hohen Qualität unserer kulturellen Einrichtungen.

Holger Platz

Anlage