Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -	Datum 08.05.2006
Dezernat I	Amt I/03	**Öffentlichkeitsstatus** öffentlich

I N F O R M A T I O N **I0143/06**

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	27.06.2006	nicht öffentlich
Finanz- und Grundstücksausschuss	05.07.2006	öffentlich
Stadtrat	06.07.2006	öffentlich

Thema: Sponsorenleistungen 2005 für die Landeshauptstadt Magdeburg

Der Oberbürgermeister beschloss am 20. April 2004 das 10-Punkte-Programm zur Fortführung der Korruptionsprävention für die Verwaltung. Einen wesentlichen Punkt bildet das Sponsoring. Die Stadt hat als eine der ersten Städte auf der Grundlage der Richtlinie der Bundesregierung zur Korruptionsprävention eine Dienstanweisung zum Sponsoring erarbeitet.
Die Dienstanweisung beinhaltet einheitliche Kriterien zur Gewinnung und Dokumentation von Sponsoren. Sie legt auch fest, dass jährlich dem Stadtrat in Form eines Informationsberichtes die Sponsoren mit ihren Leistungen (Erfassung ab 500,00 Euro) für die Stadt veröffentlicht werden. Diese Regelung trägt wesentlich zur Korruptionsprävention bei.

Hier ist zunächst eine Abgrenzung zur Spende darzustellen.

Spenden sind Ausgaben (Sachen/Güter), die in Geld- oder Geldwert bestehen, die freiwillig, d. h. ohne Rechtspflicht und unentgeltlich, ohne Gegenleistung, zur Förderung der steuerlich als gemeinnützig anerkannten Zwecke geleistet werden. Empfänger der Spenden, die von Unternehmen oder natürlichen Personen geleistet werden können, sind in der Regel gemeinnützige Einrichtungen und juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentliche Dienststellen. Spenden sind für das Unternehmen abziehbare Aufwendungen – im Gegensatz zu den Aufwendungen beim Sponsoring, aber keine Betriebsausgaben und nur in begrenzter Höhe steuerlich zulässig.

Im Gegensatz hierzu ist *Sponsoring* immer mit einer Gegenleistung verbunden. Orientiert an der Begriffsdefinition des Bundesministeriums der Finanzen ist unter Sponsoring die Gewährung von Geld und geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftlichen Bereichen zu verstehen, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

Nur die letztgenannten Leistungen sind in der Auflistung erfasst.

Zur konkreten Nachweisführung der Leistung eines Sponsors und der Gegenleistung durch die öffentliche Hand wird ein Vertrag bzw. eine Vereinbarung abgeschlossen. Weil der Sponsorvertrag gesetzlich nicht ausdrücklich geregelt ist, sind auf ihn die für atypische Verträge geltenden allgemeinen Regelungen anzuwenden.

Erwähnt sei, dass es erst seit wenigen Jahren auf Bundes-, Landes- und vereinzelt auch auf kommunaler Ebene spezielle Verwaltungsvorschriften im Umgang mit Sponsoring gibt. Diese Vorschriften sind nur für die jeweilige Verwaltung verbindlich.

Die Stadt Magdeburg betritt mit der Offenlegung der Sponsorenleistungen für konkrete städtische Projekte Neuland. Sie beteiligt sich darüber hinaus an dem ersten bundesweiten Forschungsprojekt der Ruhr-Universität in Bochum, um praxisadäquate Vorschläge zur Regelung von Verwaltungssponsoring im Rahmen der Korruptionsprävention im Interesse des Sponsors und der öffentlichen Hand zu erarbeiten.

Die Zusammenstellung der Sponsoringleistungen hat gezeigt, dass es in den Fachbereichen, Ämtern und Eigenbetrieben noch Unklarheiten bei der Bewertung einer Sponsoringleistung gibt. Deshalb kann die Aufstellung keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben.

Für die zukünftige Tätigkeit ist es zwingend notwendig, dass vor Abschluss einer Sponsoringvereinbarung die fachlich zuständige Stelle im FB 02 einbezogen wird. Sie kann auch in Abstimmung mit dem Finanzamt die definitorische Abgrenzung von Sponsoring zu den steuerlich anders zu wertenden Spenden vornehmen.

Im Jahr 2005 wurden Projekte der Stadt durch Sponsoringleistungen in Höhe von ca. 315.000 Euro gefördert. Zwei Sponsoringleistungen wurden von den Unternehmen für die Veröffentlichung nicht freigegeben. Sie liegen dem Oberbürgermeister vor und können bei Bedarf von den Stadträten eingesehen werden.

Holger Platz

Auflistung Sponsoring 2005