Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 18.05.2011
Dezernat I	Amt I/03	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0129/11

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister Stadtrat	07.06.2011 23.06.2011	nicht öffentlich öffentlich

Thema: Sponsoringleistungen 2010 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 sportlichen, kulturellen, wissenschaftlichen, sozialen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen zu verstehen, wobei vom Sponsoringgeber dabei regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Öffentlichkeitsarbeit bzw. Werbung 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 weiterhin schwierigen 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, sportliche und kulturelle 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.

Deshalb wird dem Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg auf der Grundlage der Dienstabweisung I/03/02 über Sponsoring vom 11. Januar 2005 jährlich durch die Kontrollstelle I/03 eine Auflistung aller 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. Bis auf eine Sponsoringleistung, für die aber Unterlagen, aus denen Leistung und Gegenleistung hervorgehen, vorliegen, sind die Ämter, Fachbereiche und Eigenbetriebe dieser Vorgabe im vergangenen Jahr gefolgt. Um die finanztechnische Überprüfung und Transparenz gewährleisten zu können, ist auf das Erfordernis der schriftlichen Fixierung auch künftig besonderes Augenmerk zu legen.

Im Jahr 2010 wurden Projekte der Landeshauptstadt Magdeburg in Höhe von **210.726,00 EUR** gefördert. In dieser Summe sind Sponsoringleistungen in Höhe von 153.676,00 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 „5. Lange Nacht der Wissenschaft“ mit teilnehmenden Forschungseinrichtungen (Gesamtvolumen 23.500,00 Euro) abgeschlossen. Die Kooperationspartner beteiligten sich an Druck-/Marketingkosten für die „Lange Nacht der Wissenschaft“.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Sponsoringleistungen im Jahr 2010 nach Dezernaten detailliert dar und zeigt zum Vergleich auch die Gesamthöhe der Sponsoringleistung an das jeweilige Dezernat im Vorjahr:

Dez.	Sponsoringleistungen - Gesamthöhe - im Jahr 2009	Sponsoringleistungen - Gesamthöhe - im Jahr 2010	in 2010 davon: Sponsoringleistungen – öffentlicher Teil – (in Euro)	in 2010 davon: Sponsoringleistungen, die auf Wunsch der Sponsoren vertraulich behandelt werden (in Euro)
OB	17.000,00	15.000,00	0,00	15.000,00
I	7.477,20	850,00	850,00	0,00
II	17.100,00	25.640,00	22.950,00	2.690,00
III	0,00	75.436,00	0,00	75.436,00
IV	182.250,00	83.500,00	22.950,00	60.550,00
V	1.200,00	1.100,00	1.100,00	0,00
VI	11.161,20	9.200,00	9.200,00	0,00
Ges.:	236.188,40	210.726,00	57.050,00	153.676,00

Anhand der Darstellung der Gesamtsponsoringleistungen wird ersichtlich, dass sich im Vergleich zum Vorjahr das Wertvolumen des Sponsorings um 25.462,40 EUR verringerte.

Im Rahmen der Imagekampagne Ottostadt hatte sich das Dezernat III für das Jahr 2010 das Ziel gesetzt, rund ein Drittel der für die Kampagne im Jahr 2010 benötigten Finanzmittel über Sponsoring einzuwerben.

Ende April 2010 lagen bereits Zusagen für monetäre Zuwendungen bzw. Sachleistungen zum Sponsoring in einer Höhe von 132.000,00 Euro vor. Die Unterstützung bei Marketingaktionen von Sponsoren wurde zugesichert.

Aus der vorstehenden tabellarischen Übersicht ist ersichtlich, dass im Dezernat III im Jahr 2010 Sponsoringleistungen in Höhe von 75.436,00 Euro zu verzeichnen waren.

Das „monetäre Defizit“ erklärt sich daraus, dass Sponsoren nicht den wie ursprünglich vorgesehenen Geldbetrag in voller Höhe gesponsert haben, sondern in eigenen Initiativen rund um die Ottostadt Werbeleistungen direkt umgesetzt haben, d. h. die Aktionen wurden von den Sponsoren direkt finanziert.

Die dafür eingesetzten finanziellen Mittel liefen nicht über den Haushalt der Landeshauptstadt Magdeburg.

So initiierte und finanzierte u. a. die Stadtparkasse die Aktion „GeldOttomat“ und die Städtische Werke Magdeburg GmbH thematisierte in einer Kunden-Broschüre die Imagekampagne und erläuterte Ziel, Inhalte und Aktionen.

Im Kulturbereich ist es nach der im Jahr 2009 vor allem auf höhere Einzelsponsoringleistungen für den Fachbereich Kultur, Stadtgeschichte und Museen (konkret die Ausstellung „Aufbruch in die Gotik“ des Kulturhistorischen Museums und den Fachdienst Bibliotheken) zurückzuführenden Steigerung der Sponsoringleistungen im Vorjahr gelungen, trotz der gesamtwirtschaftlichen Situation eine Gesamtponsoringsumme in Höhe von 83.500,00 Euro einzuwerben und somit fast die in den vergangenen Jahren durchschnittliche Sponsoringhöhe zu erreichen.

Erfreulich ist die Steigerung der für die Betriebskosten der städtischen Springbrunnen eingeworbenen Sponsorengelder um 8.650,00 Euro. Hier zeigt sich deutlich die zunehmende Identifikation von Firmen und Unternehmen, aber auch Einzelpersonen, mit unserer Stadt und die Bereitschaft, ihren Beitrag für eine Verschönerung des Stadtbildes zu leisten.

Holger Platz

Anlage