

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> - Der Oberbürgermeister -		Datum 16.03.2016
Dezernat I	Amt I/03	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich

**I N F O R M A T I O N**

**I0077/16**

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	06.04.2016	nicht öffentlich
Stadtrat	19.05.2016	öffentlich

Thema: Sponsoringleistungen 2015 für die Landeshauptstadt Magdeburg

Unter Sponsoring ist die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen oder Einzelpersonen zur Förderung von Organisationen, Gruppen oder Personen in sozialen, sportlichen, wissenschaftlichen, kulturellen oder anderen bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen zu verstehen, wobei vom Sponsoringgeber damit 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 ist (z. B. Lotto-Toto-GmbH).

Sponsoring hat infolge der angespannten Haushaltssituation vieler Städte und Gemeinden für die öffentliche Verwaltung in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Es ist insbesondere für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, die Durchführung kultureller und sportlicher Veranstaltungen sowie Ausstellungen und soziale Projekte geeignet, da zwingend 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.

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

Darüber hinaus ist die Landeshauptstadt Magdeburg seit vergangem Jahr gemäß § 99 Absatz 6 Satz 6 Kommunalverfassungsgesetz (KVG) verpflichtet, jährlich einen Bericht, in dem die Geber, die Zuwendungen (Spenden, Schenkungen, ähnliche Zuwendungen wie Sponsoring) und die Verwendungszwecke anzugeben sind, zu erstellen und der Kommunalaufsicht zu übersenden.

Im Jahr 2015 wurden Projekte der Landeshauptstadt Magdeburg in Höhe von **175.160,00 EUR** gefördert. In dieser Summe sind Sponsoringleistungen in Höhe von 61.950,00 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.

Neben den vorgenannten Sponsoringleistungen wurden 10 Kooperationsvereinbarungen für die „10. Lange Nacht der Wissenschaft“ mit teilnehmenden Forschungseinrichtungen (Gesamtvolumen 22.000,00 Euro) abgeschlossen. Die Kooperationspartner beteiligten sich an Druck-/ Marketingkosten für die „10. Lange Nacht der Wissenschaft“.

Weiterhin wurden neben den Sponsoringleistungen, die durch die Bereitstellung finanzieller Mittel erbracht wurden, für verschiedene Projekte und Veranstaltungen Sachleistungen (mit einem finanziellen Wert in einer Gesamthöhe von 5.262,00 Euro bzw. 4 x ohne Wertangabe) gesponsert.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Sponsoringleistungen im Jahr 2015 nach Dezernaten dar und zeigt zum Vergleich auch die Gesamthöhe der Sponsoringleistungen an das jeweilige Dezernat im Vorjahr:

<b>Dezernat</b>	<b>Sponsoringleistungen - Gesamthöhe - im Jahr 2014</b>	<b>Sponsoringleistungen - Gesamthöhe - im Jahr 2015</b>
<b>OB</b>	23.900,00 (+ Sachleistungen)	<b>30.350,00</b> (+ Sachleistungen)
<b>I</b>	250,00 (+ Sachleistungen)	<b>12.500,00</b>
<b>II</b>	40.300,00	<b>39.720,00</b>
<b>III</b>	10.750,00	<b>5.500,00</b>
<b>IV</b>	109.800,00 (+ Sachleistungen)	<b>81.840,00</b>
<b>V</b>	2.200,00 (+ Sachleistungen)	<b>5.250,00</b> (+ Sachleistungen)
<b>VI</b>	0,00	<b>0,00</b>
<b>Gesamt:</b>	187.200,00	<b>175.160,00</b>

Anhand der Darstellung der Gesamtsponsoringleistungen ist ersichtlich, dass sich das Wertvolumen des Sponsorings im Vergleich zum Vorjahr um 12.040,00 EUR verringert hat. Betrachtet man die Sponsoringleistungen der vergangenen 5 Jahre, ergibt sich eine durchschnittliche Sponsoringgesamtsumme von rd. 180.000 Euro. Abweichungen nach oben oder unten ergeben sich unter anderem bereits dadurch, dass eine Einzelmaßnahme zusätzlich gesponsert wird oder ein mit Sponsoring unterstützter Preis nur alle zwei Jahre ausgelobt wird.

Der Anstieg der Gesamthöhe der Sponsoringleistungen des Dezernates I im Vergleich von 2014 zu 2015 resultiert beispielsweise daher, dass der Umweltpreis im Jahr 2014 nicht ausgelobt und im Jahr 2015 mit insgesamt 12.500,00 Euro gesponsert wurde. Ein Grund für die Verringerung der Gesamthöhe der Sponsoringleistungen im Kulturbereich war so z.B., dass im Jahr 2014 ein (einzelnes) Sponsoring für das Figurentheaterfestival „BLICKWECHSEL“ als Einzelprojekt mit fast 12.000 Euro erfolgt war und dies in der Form im Jahr 2015 nicht stattgefunden hat.

Insgesamt kann eine im Umfang und in der Höhe beachtliche und vor allem kontinuierliche Sponsoringbereitschaft für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, die Durchführung kultureller und sportlicher Veranstaltungen sowie Ausstellungen und soziale Projekte in der Landeshauptstadt Magdeburg verzeichnet werden.

Dem Dezernat II (konkret dem Eigenbetrieb Stadtgarten und Friedhöfe Magdeburg) ist es wiederum gelungen, für die Betriebskosten der städtischen Springbrunnen Sponsorengelder in einer Gesamthöhe von fast 40.000 Euro einzuwerben. Erfreulich ist, dass bereits seit mehreren Jahren kontinuierlich die Bereitschaft von Vermietern und Firmen, zur Belebung und Verschönerung ihres direkten Umfeldes für ihre Wohnungsmieter, ihre Kunden bzw. den Firmensitz beizutragen, anhält. Darüber hinaus ist festzustellen, dass sich zunehmend auch kleinere Firmen und Büros sowie Einzelpersonen mit einem persönlichen Beitrag für ein attraktives Stadtbild einsetzen.

Auch wenn sich der Gesamtumfang der Sponsoringleistungen im Kulturbereich im Vergleich zur Gesamtponsoringsumme des Vorjahres verringert hat, zeugt die Bereitschaft der Sponsoren, die Kulturlandschaft der Stadt Magdeburg dauerhaft und in dieser beachtlichen Höhe zu unterstützen, von der Anerkennung der hohen Qualität unserer kulturellen Einrichtungen und ist insbesondere aufgrund der Haushaltssituation der Landeshauptstadt Magdeburg für die Bürgerinnen und Bürger und alle Kulturschaffenden von großer Bedeutung.

Holger Platz

**Anlage**