

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> - Die Oberbürgermeisterin -		Datum 24.04.2023
Dezernat I	Amt I/03	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich

**INFORMATION**

**I0119/23**

Beratung	Tag	Behandlung
Die Oberbürgermeisterin	09.05.2023	nicht öffentlich
Finanz- und Grundstücksausschuss	31.05.2023	öffentlich
Stadtrat	22.06.2023	öffentlich

**Thema: Sponsoringleistungen 2022 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 Unternehmenszwecke mit der Unterstützung kultureller, sportlicher etc. Ereignisse definiert sind.

Sponsoring ist für die öffentliche Verwaltung zunehmend bedeutsam geworden. Es ist insbesondere für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, die Durchführung kultureller und sportlicher Veranstaltungen sowie für soziale Projekte geeignet, da zwingend sicherzustellen ist, dass die Inhalte der öffentlich-rechtlichen Verwaltungstätigkeit nicht durch sachfremde Erwägungen beeinflusst werden, insbesondere die Sponsoringgebenden von der Verwaltung keine öffentlich-rechtliche Genehmigung erwarten.

Grundsätzlich ist beim Sponsoring davon auszugehen, dass ein Unternehmen und die öffentliche Verwaltung eine Partnerschaft eingehen, bei der die Sponsoringgebenden eine Gegenleistung erbringen, um sich bei Aktivitäten der öffentlichen Verwaltung werbewirksam zu präsentieren. Dabei wollen die Sponsoringgebenden einen maximalen Werbeeffect erzielen, wobei die öffentliche Verwaltung zur Vermeidung des Anscheins der Befangenheit bestrebt sein muss, größtmögliche Transparenz und Neutralität zu wahren. Jede Form der finanziellen Unterstützung staatlichen Handelns muss für die Öffentlichkeit transparent, also erkennbar und nachvollziehbar sein.

Jährlich wird deshalb dem Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg auf der Grundlage der Dienstanweisung I/03/02 über Sponsoring durch die Kontrollstelle I/03 eine Auflistung aller im Vorjahr erhaltenen Sponsoringleistungen von Unternehmen und Privatpersonen vorgelegt. Darüber hinaus ist die Landeshauptstadt Magdeburg gemäß § 99 Absatz 6 Satz 6 Kommunalverfassungsgesetz (KVG LSA) verpflichtet, jährlich einen Bericht, in dem die Gebenden, die Zuwendungen (Spenden, Schenkungen, ähnliche Zuwendungen wie Sponsoring) und die Verwendungszwecke anzugeben sind, zu erstellen und der Kommunalaufsicht zu übersenden.

Im Jahr 2022 wurden Projekte und Veranstaltungen der Landeshauptstadt Magdeburg durch finanzielle Sponsoringleistungen mit einem Wertvolumen in Höhe von **159.750,00 EUR** gefördert.

Hier ist eine leichte Erhöhung der eingeworbenen Sponsorenmittel i. H. v. ca. 1.047,48 EUR im Vergleich zum Vorjahr erkennbar. Im Jahr 2022 konnten, im Gegensatz zum Vorjahr aufgrund der Corona-Pandemie, Präsenzveranstaltungen wie z.B. das Domplatz-Open-Air oder die Aktion „Magdeburg putzt sich“ stattfinden. Ebenso war es möglich, dass die Veranstaltung „Lange Nacht der Wissenschaft“ wieder in Präsenz veranstaltet wurde, wofür auch höhere Sponsoringleistungen (6.000,00 EUR) als im Vorjahr eingeworben werden konnten. Dagegen sind die Sponsoringleistungen für die Betreibung der städtischen Springbrunnen leicht zurückgegangen (3.900,00 EUR), was vor allem mit der derzeit angespannten wirtschaftlichen Lage aufgrund des Ukraine-Krieges zusammenhängt.

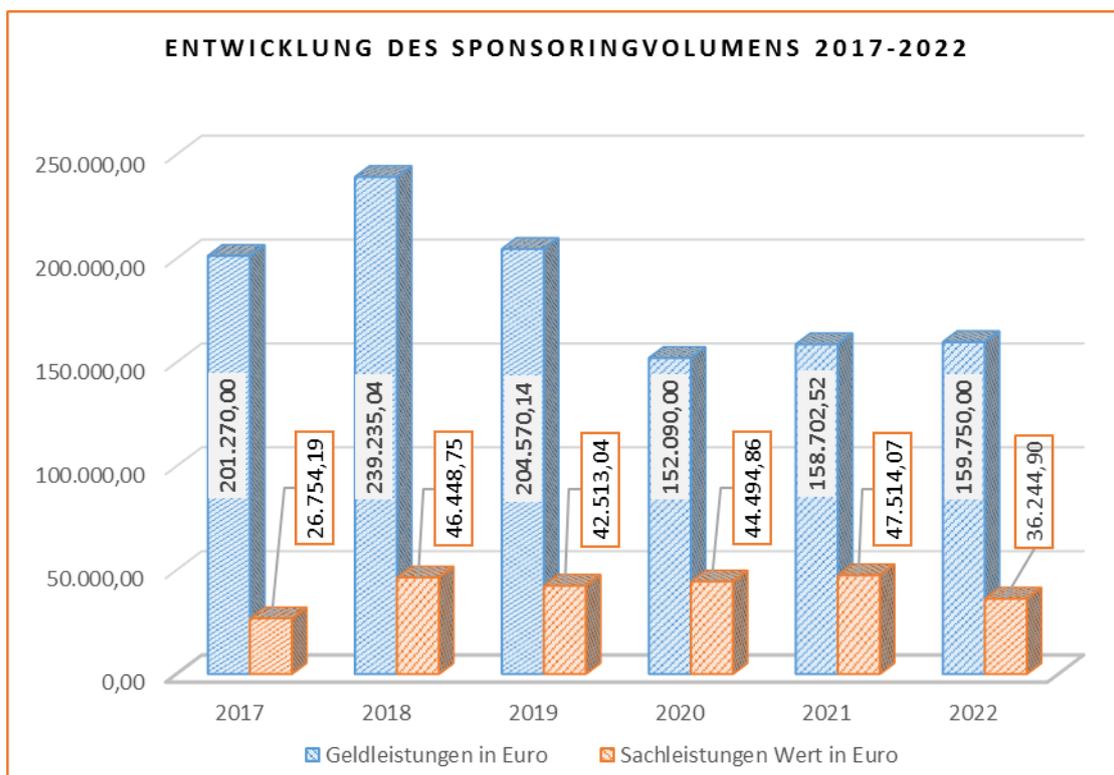
Die nachfolgende Tabelle zeigt die Sponsoringleistungen des Jahres 2022 nach Dezernaten aufgeschlüsselt und führt zum Vergleich auch die Gesamthöhe der Sponsoringleistungen an das jeweilige Dezernat im Vorjahr an. Hier ist zu beachten, dass der Eigenbetrieb Stadtgarten und Friedhöfe Magdeburg im Vorjahr noch dem Dezernat VI zugeordnet war und nunmehr dem Dezernat II.

Dezernat	Sponsoringleistungen -Gesamtvolumen in EUR-	Sponsoringleistungen -Gesamtvolumen in EUR-
	im Jahr 2021	im Jahr 2022
<b>OB</b>	18.000,00 (+ Sachleistungen)	<b>24.000,00</b> (+ Sachleistungen)
<b>I</b>	0,00 (ausschließlich Sachleistungen)	<b>0,00</b> (ausschließlich Sachleistungen)
<b>II</b>	0,00	<b>25.650,00</b>
<b>III</b>	3.000,00	<b>0,00</b>
<b>IV</b>	95.952,52	<b>107.100,00</b>
<b>V</b>	3.800,00 (+ Sachleistungen)	<b>3.000,00</b> (+ Sachleistungen)
<b>VI</b>	37.950,00 (+Sachleistungen)	<b>0,00</b>
<b>Gesamt:</b>	158.702,52	<b>159.750,00</b>

Anhand der Darstellung der Gesamtsponsoringleistungen ist ersichtlich, dass die Sponsoren an ihrem Engagement auch im Jahr 2022 festgehalten haben. Bereits seit vielen Jahren unterstützen Sponsoren die Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen.

Auch dem Eigenbetrieb Stadtgarten und Friedhöfe Magdeburg ist es im vergangenen Jahr wiederum gelungen, für die Betriebskosten der städtischen Springbrunnen viele Sponsoren zu gewinnen und somit Sponsoringleistungen in einer Gesamthöhe von 25.650,00 Euro einzuwerben. Erfreulich ist, dass die Bereitschaft von Wohnungsunternehmen und Firmen, zur Belegung und Verschönerung ihres direkten Umfeldes für ihre Wohnungsmieter, ihre Kunden bzw. den Firmensitz beizutragen, kontinuierlich anhält. Darüber hinaus setzen sich zunehmend auch kleinere Firmen und Büros sowie Einzelpersonen mit einem persönlichen Beitrag für ein attraktives Stadtbild ein.

Betrachtung Umfang Sponsoringleistungen der vergangenen 6 Jahre:



Hier wird deutlich, dass in den letzten drei Jahren, nicht das Einnahmenniveau der eingeworbenen Sponsoringleistungen der Jahre 2017-2019 erreicht werden konnte. Ursächlich dafür sind die Corona-Pandemie und der Ukraine-Krieg, die sich negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung ausgewirkt haben.

Jedoch kann zusammenfassend festgestellt werden, dass trotz der Corona-Pandemie und dem Ukraine-Krieg weiterhin eine im Umfang und in der Höhe beachtliche Sponsoringbereitschaft für die Förderung der Kultureinrichtungen sowie Durchführung von kulturellen Veranstaltungen, Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit, Steigerung der Attraktivität des Stadtbildes und soziale Projekte in der Landeshauptstadt Magdeburg zu verzeichnen ist.

Krug

Anlage