



Sponsoring-Bericht 2017/2018

**Vierter Bericht
über Sponsoringleistungen
an die Bayerische Staatsverwaltung
vom 21.08.2019**

Berichtszeitraum: 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2018

Gz. StMI-Z6-0705-9-92

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----------|
| Abkürzungsverzeichnis | 3 |
| 1. Einleitung | 4 |
| 1.1 Ziele der Sponsoringrichtlinie..... | 4 |
| 1.2 Wesentlicher Inhalt der Sponsoringrichtlinie | 4 |
| 1.2.1 Anwendungsbereich (Nr. 1 SponsR) | 4 |
| 1.2.2 Kriterien für die Zulässigkeit von Sponsoring (Nr. 4 SponsR) | 5 |
| 1.2.3 Vorgaben zum Verfahren (Nr. 5 SponsR)..... | 5 |
| 1.2.4 Gestaltung von Sponsoringmaßnahmen (Nr. 6 SponsR)..... | 5 |
| 1.2.5 Sponsoringlisten (Nr. 7 SponsR) | 5 |
| 1.2.6 Sponsoringbericht (Nr. 8 SponsR)..... | 5 |
| 1.3 Begriffsbestimmungen (vgl. Nr. 2 SponsR) | 6 |
| 2. Überblick über die angenommenen Zuwendungen | 6 |
| 2.1 Allgemein..... | 6 |
| 2.2 Verteilung auf die Ressorts..... | 7 |
| 2.3 Schwerpunkte der Leistungen | 7 |
| 3. Entwicklung im Vergleich zum Dritten Sponsoringbericht..... | 9 |

Anlage

Anlage 1 - Übersicht über die Einzelzuwendungen an die Ressorts (> 1.000 €)

Anlage 2 – Verteilung der Leistungen auf einzelne Ressorts

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|--------|---|
| SponsR | Richtlinie zum Umgang mit Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatischen Schenkungen in der staatlichen Verwaltung (Sponsoringrichtlinie – SponsR) vom 14. September 2010 |
| StK | Bayer. Staatskanzlei |
| StMI | Bayer. Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration |
| StMB | Bayer. Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr |
| StMJ | Bayer. Staatsministerium der Justiz |
| StMUK | Bayer. Staatsministerium für Unterricht und Kultus |
| StMWK | Bayer. Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst |
| StMFH | Bayer. Staatsministerium der Finanzen und für Heimat |
| StMWi | Bayer. Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie |
| StMUV | Bayer. Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz |
| StMELF | Bayer. Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten |
| StMAS | Bayer. Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales |
| StMGP | Bayer. Staatsministerium für Gesundheit und Pflege |
| StMD | Bayer. Staatsministerium für Digitales |

Sponsoringbericht Bayern 2017/2018

1. Einleitung

1.1 Ziele der Sponsoringrichtlinie

Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen haben im öffentlichen Bereich an Bedeutung gewonnen. Staatliche Aufgaben sind zwar grundsätzlich durch den öffentlichen Haushalt zu finanzieren. Bei knappen staatlichen Finanzmitteln leisten private Zuwendungen in Form von Sponsoring, Werbung, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen aber einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Verbesserung der qualitativen und quantitativen Aufgabenwahrnehmung. Dabei dürfen sich jedoch staatliche Stellen bei finanzieller Unterstützung oder Leistungen von Privaten weder bei ihrer Aufgabenwahrnehmung beeinflussen lassen noch deren Interessen besonders berücksichtigen.

Die Bayerische Staatsregierung hat daher in der Sponsoringrichtlinie vom 14. September 2010 (AllMBl. S. 239) für alle staatlichen Behörden, Gerichte und sonstige Einrichtungen Vorschriften geschaffen, die für alle wesentlichen Formen der geldwerten Unterstützung einen einheitlichen Rahmen zur Zulässigkeit der Leistungen, zum Verfahren (z.B. Dokumentation) und zur Offenlegung der durchgeführten Maßnahmen (Sponsoringbericht) vorgeben. Die Sponsoringrichtlinie orientiert sich an einer von der Innenministerkonferenz beschlossenen Rahmenrichtlinie.

1.2 Wesentlicher Inhalt der Sponsoringrichtlinie

1.2.1 Anwendungsbereich (Nr. 1 SponsR)

Die Sponsoringrichtlinie gilt für alle staatlichen Behörden, Gerichte und grundsätzlich auch für sonstige Einrichtungen des Freistaats Bayern. Vom Anwendungsbereich ausgenommen sind

- Landratsämter als Staatsbehörden (wegen der Sachaufwandsträgerschaft der Landkreise),
- Hochschulen (wegen spezieller Regelungen über Drittmittelförderung an Hochschulen) und
- Einrichtungen im Kunstbereich (wegen Sondersituation des Mäzenatentums im Kunstbereich).

Die Sponsoringrichtlinie gilt ferner nicht für den Bayerischen Landtag.

1.2.2 Kriterien für die Zulässigkeit von Sponsoring (Nr. 4 SponsR)

Kriterien für die Zulässigkeit von Sponsoring sind insbesondere

- Wahrung der Neutralität der öffentlichen Verwaltung,
- kein Verstoß gegen Rechtsvorschriften oder das öffentliche Wohl,
- keine Beeinträchtigung des Ansehens und von Interessen der Verwaltung,
- Gewährleistung einer sachgerechten und unparteiischen Aufgabenerfüllung und
- Ausschluss von Sponsoringleistungen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung hoheitlicher Kernaufgaben und zugunsten von Gerichten und Staatsanwaltschaften sowie im unmittelbaren Zusammenhang mit der Vergabe öffentlicher Aufträge.

1.2.3 Vorgaben zum Verfahren (Nr. 5 SponsR)

Sponsoringleistungen bedürfen der Einwilligung der Leitung der Behörde oder sonstigen Einrichtung und sind durch einen Sponsoringvertrag oder eine -vereinbarung zu dokumentieren.

1.2.4 Gestaltung von Sponsoringmaßnahmen (Nr. 6 SponsR)

Sponsoringmaßnahmen sind deutlich zu kennzeichnen und so zu gestalten, dass sie in Art und Umfang deutlich hinter den durch öffentliche Mittel finanzierten Leistungen zurücktreten.

1.2.5 Sponsoringlisten (Nr. 7 SponsR)

Alle Leistungen über einem Wert von 1.000 € im Einzelfall sind laufend zu erfassen und in einer jährlichen Übersicht zusammenzustellen.

1.2.6 Sponsoringbericht (Nr. 8 SponsR)

Alle zwei Jahre berichtet das StMI an den Bayer. Landtag für die gesamte Staatsverwaltung über alle Leistungen ab einem Wert von über 1.000 €. Der Berichtszeitraum beträgt zwei Jahre. Somit umfasst der Vierte Sponsoringbericht den Zeitraum von 2017 bis 2018. Der Bericht wird auch im Internet veröffentlicht.

1.3 Begriffsbestimmungen (vgl. Nr. 2 SponsR)

- **Sponsoring** ist die Zuwendung von Geld bzw. geldwerten Sach- oder Dienstleistungen durch eine juristische oder natürliche Person mit wirtschaftlichen Interessen, die neben dem Motiv der Förderung der öffentlichen Einrichtung auch andere Interessen verfolgt. Der zuwendenden Person kommt es auf ihre Profilierung in der Öffentlichkeit über das unterstützte Vorhaben an (Imagegewinn, kommunikativer Nutzen).
- Unter **Werbung** sind Zuwendungen von Unternehmen oder unternehmerisch orientierter Privatpersonen für die Verbreitung ihrer Werbebotschaften durch die öffentliche Verwaltung zu verstehen, wenn diese ausschließlich dem Erreichen eigener Kommunikationsziele (Imagegewinn, Verkaufsförderung, Produktinformation) der Unternehmen oder der Privatpersonen dienen. Die Förderung der jeweiligen öffentlichen Einrichtung ist nur Mittel zum Zweck und liegt nicht im unmittelbaren Interesse des Zuwenders.
- **Spenden** sind Zuwendungen beispielsweise von Privatpersonen oder Unternehmen, bei denen das Motiv der Förderung der jeweiligen Behörde oder Einrichtung überwiegt. Der Spender erwartet keine Gegenleistung.
- **Mäzenatische Schenkungen** sind beispielsweise Zuwendungen durch Privatpersonen oder Stiftungen, die ausschließlich uneigennützige Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

2. Überblick über die angenommenen Zuwendungen

2.1 Allgemein

In den Jahren 2017 und 2018 haben die staatlichen Behörden und sonstige Einrichtungen 449 Zuwendungen in Höhe von insgesamt 4.897.732 € angenommen.

Davon entfallen auf das Jahr

2017: 225 Zuwendungen in Höhe von 2.848.381 €,

2018: 224 Zuwendungen in Höhe von 2.049.351 €.

Mehr als die Hälfte aller angenommenen Leistungen sind sowohl bezüglich der Anzahl als auch des Wertes der Leistungen Sponsoringmaßnahmen; den geringsten Anteil machen Werbemaßnahmen aus.

| Art der Zuwendung | Summe 2017 - 2018 | | | |
|------------------------|-------------------|-------------|----------------|-------------|
| | Anzahl | | Wert | |
| | <i>absolut</i> | <i>in %</i> | <i>absolut</i> | <i>in %</i> |
| Sponsoring | 263 | 58,6 % | 3.257.610 € | 66,5 % |
| Werbung | 5 | 1,1 % | 48.146 € | 1,0 % |
| Spende | 155 | 34,5 % | 1.362.912 € | 27,8 % |
| Mäzenatische Schenkung | 26 | 5,8 % | 229.065 € | 4,7 % |
| Summe | 449 | 100 % | 4.897.732 € | 100 % |

Im Berichtszeitraum fielen sechs Einzelzuwendungen mit einem Wert von mindestens 100.000 € an. Die höchste Einzelzuwendung hat 497.000 € betragen.

2.2 Verteilung auf die Ressorts

Die Verteilung auf die einzelnen Ressorts sowie eine Übersicht über die Gesamtzuwendungen (über 1.000 €) an die Ressorts in den Jahren 2017 und 2018 kann der Anlage 2 zum Sponsoringbericht entnommen werden. Die im Jahr 2018 neu errichteten StMB und StMD haben im Berichtszeitraum keine veröffentlichungsbedürftigen Sponsoringleistungen (von mehr als 1.000 € je Maßnahme) angenommen.

In der Anlage 1 zum Sponsoringbericht sind die jeweiligen Einzelleistungen aufgeführt.

2.3 Schwerpunkte der Leistungen

StK

Repräsentation, Förderung von Altenpflegeeinrichtungen

StMI

Verkehrssicherheit, Präventionsmaßnahmen der Bayer. Polizei, Ausrichtung Verleihung Bayer. Sportpreis, Ausstattung Flüchtlingsunterkünfte

StMJ

Sachleistung für Justizvollzugsanstalt

StMUK

Förderung des Erinnerungsortes Olympia-Attentat München 1972, Verstärkung des Budgets zur Erstattung von Reisekosten an Lehrkräfte bei Lehr- und Schülerwanderungen, Begabtenförderung, Unterstützung von Projekten und Wettbewerben

StMWK

Unterstützung von Befragungen sowie eines Wettbewerbs und Projekts

StMFH

Unterstützung einer Veranstaltung in der Ausbildung

StMWi

Sach- und Dienstleistungen im Rahmen der Vergabe öffentlichkeitswirksamer Preise sowie zur Unterstützung eines Kongresses und eines Bildungsprojekts

StMUV

Öffentlichkeitsarbeit, Bildungs- und Aufklärungsprojekte

StMELF

Pflanzversuche, Praxiskurse Waldarbeit, Repräsentation

StMAS

Unterstützung von Berufsorientierungsmaßnahmen und Repräsentation

StMGP

Unterstützung einer Präventionskampagne

3. Entwicklung im Vergleich zum Dritten Sponsoringbericht

Im Vergleich zum Sponsoringbericht 2014/2015/2016 zeichnen sich folgende Trends ab:

- Jährlich nehmen die Ressorts durchschnittlich rd. 200 Zuwendungen an. Dies sind rund 20 Zuwendungen jährlich mehr als im letzten Berichtszeitraum und rund 40 Zuwendungen mehr gegenüber dem Berichtszeitraum 2012/2013.
- Mehr als die Hälfte aller angenommenen Leistungen sind Sponsoringmaßnahmen. Dies entspricht dem letzten Berichtszeitraum. Den geringsten Anteil (rd. 0,7 %) machen weiterhin Werbemaßnahmen aus.
- Prozentual sind vor allem mäzenatische Schenkungen rückläufig (aktuell: 5,8). Ihr Anteil lag im letzten Berichtszeitraum bei 7,9 %; im Sponsoringbericht 2012/2013 betrug der Anteil durchschnittlich sogar noch ca. 12 % .
- Die Summe der angenommenen Leistungen unterliegt – wie bereits in den Vorjahren – teilweise beachtlichen jährlichen Schwankungen. Nach einem sehr hohen Wert 2017 (rd. 2,49 Mio. €) hat sich die Summe der empfangenen Leistungen 2018 wieder auf knapp über 2,0 Mio. € vermindert. Gegenüber dem durchschnittlichen Jahresbetrag für 2014/2015/2016 von fast 2,1 Mio. € sind die Zuwendungen im Durchschnitt des Berichtszeitraums (knapp 2,5 Mio. €) angestiegen.
- Der Durchschnittsbetrag der einzelnen Sponsoringleistung ist im aktuellen Berichtszeitraum mit rund 10.910 € praktisch konstant geblieben (zum Vergleich: Vierter Sponsoringbericht: ca. 11.570).

Die Schwerpunkte der Leistungen in den einzelnen Ressorts haben sich im Vergleich zum Berichtszeitraum 2014/2015/2016 kaum verändert. Die Leistungsgeber haben mit ihren Zuwendungen insbesondere Maßnahmen der Repräsentation, Prävention und Information unterstützt.

Die Sponsoringberichte sind im Internet veröffentlicht unter
www.innenministerium.bayern.de/sug/engagement/sponsoring

Der Fünfte Bericht des Bayer. Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration über Sponsoringleistungen an die Bayer. Staatsverwaltung für den Berichtszeitraum 2019/2020 wird zum 1. Mai 2021 abgegeben.