



Sponsoring-Bericht 2021/2022

**Sechster Bericht
über Sponsoringleistungen
an die Bayerische Staatsverwaltung
vom 4. August 2023**

Berichtszeitraum: 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2022

Gz. StMI-Z6-0705-9-131

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	3
1. Einleitung	4
1.1 Ziele der Sponsoringrichtlinie	4
1.2 Wesentliche Inhalte 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	8
3. Entwicklung im Vergleich zum Vierten Sponsoringbericht	9
Anlagen	
Anlage 1 – Übersicht über die Einzelzuwendungen an die Ressorts	
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 2021/2022

1. Einleitung

1.1 Ziele der Sponsoringrichtlinie

Staatliche Aufgaben sind grundsätzlich durch den öffentlichen Haushalt zu finanzieren. Allerdings sind Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen auch im öffentlichen Bereich bedeutsam. Denn bei knappen staatlichen Finanzmitteln leisten private Zuwendungen in Form von Sponsoring, Werbung, Spenden oder mäzenatischen Schenkungen 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 Sechste Sponsoringbericht den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2022. 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, Produktinformationen) 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 2021 und 2022 haben die staatlichen Behörden und sonstige Einrichtungen 320 Einzelzuwendungen in Höhe von insgesamt 3.246.251 € angenommen.

Davon entfallen auf das Jahr

- 2021: 134 Zuwendungen in Höhe von 1.299.341 €,
- 2022: 186 Zuwendungen in Höhe von 1.946.910 €.

Bei 60 % der angenommenen Leistungen handelt es sich um Sponsoringmaßnahmen, gefolgt von Spenden mit einem Anteil von 34 %. Der geringste Anteil entfällt weiterhin auf Werbemaßnahmen.

Art der	Summe 2021 - 2022			
	Anzahl		Wert	
	<i>absolut</i>	<i>in %</i>	<i>absolut</i>	<i>in %</i>
Sponsoring	193	60,3 %	2.095.294 €	64,6 %
Werbung	2	0,6 %	10.000 €	0,3 %
Spende	110	34,4 %	944.877 €	29,1 %
Mäzenatische Schenkung	15	4,7 %	196.080 €	6,0 %
Summe	320	100 %	3.246.251 €	100 %

**Sofern die Zuwendung in der Anlage 1 mehreren Kategorien zugeordnet wurde, wurde sie der in der Anlage 1 zuerst aufgeführten Kategorie zugeordnet.*

Der Durchschnittsbetrag für die 320 Einzelzuwendungen belief sich im Berichtszeitraum auf 10.145 €.

Im Berichtszeitraum entfielen sieben Einzelzuwendungen auf einen Wert von mindestens 100.000 € oder höher (zehn im Vorbericht). Die höchste Einzelzuwendung erhielt das StMWi; sie belief sich auf 149.915 € (gemeinsames Sponsoring des Verbands der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie e.V., Bayerischen Unternehmensverbands Metall und Elektro e.V. und Verbands der Bayerischen Wirtschaft e.V. für den hälftigen Anteil des Projektvolumens für das Projekt „digital.ING“).

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 2021 und 2022 kann der Anlage 2 zum Sponsoringbericht entnommen werden.

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

2.3 Schwerpunkte der Leistungen

StK

Repräsentation

StMI

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

StMB

Keine Leistung im Berichtszeitraum

StMJ

Keine Leistung im Berichtszeitraum

StMUK

Verstärkung des Budgets zur Erstattung von Reisekosten an Lehrkräfte bei Lehr- und Schülerwanderungen, Begabtenförderung, Unterstützung von Projekten und Wettbewerben

StMWK

Finanzielle Unterstützung von Projekten und Kongressen

StMFH

Kostenloser Messestand

StMWi

Sach- und Dienstleistungen (IAA Mobility) sowie Preisgelder (Stadtmarketingpreis Bayern)

StMUV

Öffentlichkeitsarbeit, Unterstützung bei Aufklärungs- und Bildungsprojekten in den Nationalparks Bayerischer Wald und Berchtesgaden

StMELF

Pflanzversuche, Praxiskurse Waldarbeit, Repräsentation

StMAS

Unterstützung bei der Internetplattform „BOBY“ (Berufsorientierung Bayern) und bei Berufsbildungsmessen sowie Repräsentation

StMGP

Unterstützung bei der Reichweitenaussteuerung für Impfkampagne und Corona-aufklärung

StMD

Repräsentation, Sach- und Dienstleistungen für Veranstaltungen zum Thema Digitalisierung und audiovisuelle Medien

3. Entwicklung im Vergleich zum Fünften Sponsoringbericht

Im Vergleich zum Sponsoringbericht 2019/2020 zeichnen sich folgende Veränderungen ab:

- Jahresdurchschnittlich haben die Ressorts im Berichtszeitraum gegenüber 2019/2020 jährlich rund 25 Leistungen weniger angenommen. Dies dürfte noch auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen sein. Während die Leistungen in 2021 mit 134 Zuwendungen noch in etwa auf dem Niveau des ersten Corona-Jahres 2020 lagen (140 Zuwendungen), zeigt sich in 2022 ein deutlicher Anstieg um 52 Zuwendungen auf insgesamt 186 Leistungen, was unter anderem durch die Lockerungen der Corona-Beschränkungen begründet sein dürfte.
- Im Vergleich zum Bericht 2019/2020 hat sich keine signifikante Verschiebung der angenommenen Leistungen ergeben. Die Sponsoringmaßnahmen liegen wert- und anteilmäßig über der Hälfte aller angenommenen Leistungen. Im aktuellen Berichtszeitraum ist eine leichte Reduzierung im Bereich der Spenden (-1,9 %) und ein kleiner Anstieg im Bereich der Sponsoringmaßnahmen (+2,0 %) zu erkennen.
- Die Werbemaßnahmen machen mit 0,6 % weiterhin den geringsten Anteil aus und haben sich dabei zum letzten Berichtszeitraum (1,4 %) mehr als halbiert.

- Mäzenatische Schenkungen weisen mit 4,7 % einen leichten Anstieg im Berichtszeitraum um 0,6 % auf. Ihr Anteil liegt jedoch weiterhin deutlich unter dem im ersten Sponsoringbericht 2012/2013 (12 %).
- Die Summe der angenommenen Leistungen unterliegt – wie bereits in den Vorjahren – teilweise beachtlichen jährlichen Schwankungen. Im Jahr 2021 ist eine starke Reduzierung im Vergleich zum Vorjahr (-2,3 Mio. €) zu verzeichnen, die Summe belief sich auf knapp 1,3 Mio. €. Bereinigt um 1,7 Mio. € Corona-bedingte Sponsoringleistungen in 2020 (insgesamt: rd. 3,6 Mio. €) liegt ein Rückgang in Höhe von 0,6 Mio. € vor. In 2022 ist hingegen wieder ein Anstieg der Leistungen festzustellen; die angenommenen Leistungen belaufen sich auf 1,9 Mio. € (+0,6 Mio. € gegenüber 2021) und bewegen sich in etwa auf Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 (2,1 Mio. €).
- Es eine deutliche Reduzierung der durchschnittlichen Leistungshöhe (10.145 €) gegenüber dem Vorberichtszeitraum (15.542 €) festzustellen. Dies entspricht einer Reduzierung um 34,7 % und liegt auch unter dem Wert für 2017/2018 (10.980 €).
- Die Durchschnittsbeträge der einzelnen angenommenen Leistungen haben sich wie folgt entwickelt:

Art der	Sponsoringberichte		Veränderung
	2019-2020	2021-2022	
	<i>Ø in €</i>	<i>Ø in €</i>	<i>in %</i>
Sponsoring	13.186	10.856	-17,7 %
Werbung	6.689	5.000	-25,3 %
Spende	18.809	8.590	-54,3 %
Mäzenatische	23.084	13.072	-43,4 %
Gesamt	15.542	10.145	-34,7 %

Demnach haben sich die durchschnittlichen Werte für jede Art der Zuwendung reduziert.

- Die Schwerpunkte der Leistungen in den einzelnen Ressorts haben sich im Vergleich zum Berichtszeitraum 2019/2020 kaum verändert. Die Leistungsggeber haben mit ihren Zuwendungen insbesondere Maßnahmen der Repräsentation, Prävention und Information unterstützt.

Die Sponsoringberichte sind im Internet veröffentlicht unter

<https://www.innenministerium.bayern.de>

Der siebte Bericht des Bayer. Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration über Sponsoringleistungen an die Bayer. Staatsverwaltung für den Berichtszeitraum 2023/2024 wird zum 1. Mai 2025 abgegeben.