



## **Sponsoring-Bericht 2014/2015/2016**

**Dritter Bericht  
über Sponsoringleistungen  
an die Bayerische Staatsverwaltung  
vom 01.05.2017**

**Berichtszeitraum: 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2016**

Gz. StMI-IZ6-0705-9-40

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	3
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>4</b>
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
<b>2. Überblick über die angenommenen Zuwendungen .....</b>	<b>6</b>
2.1 Allgemein.....	6
2.2 Verteilung auf die Ressorts.....	7
2.3 Schwerpunkte der Leistungen .....	7
<b>3. Entwicklung im Vergleich zum Sponsoringbericht 2010/2011 .....</b>	<b>8</b>

## 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
OBB	Oberste Baubehörde im Bayer. Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr
StK	Bayer. Staatskanzlei
StMI	Bayer. Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr
StMJ	Bayer. Staatsministerium der Justiz
StMBW	Bayer. Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst
StMFLH	Bayer. Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat
StMWi	Bayer. Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie
StMUV	Bayer. Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
StMELF	Bayer. Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
StMAS	Bayer. Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration
StMGP	Bayer. Staatsministerium für Gesundheit und Pflege

# Sponsoringbericht Bayern 2014/2015/2016

## 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 €. Mit Schreiben vom 22.02.2016, GZ: A III-G-112-0024 stimmte der Bayer. Landtag ausnahmsweise einer Verlängerung des Berichtszeitraums auf drei Jahre zu. Somit umfasst der dritte Sponsoringbericht den Zeitraum von 2014 bis 2016. 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 2014 bis 2016 haben die staatlichen Behörden und sonstige Einrichtungen 540 Zuwendungen in Höhe von insgesamt 6.246.030 € angenommen.

Davon entfallen auf das Jahr

2014: 142 Zuwendungen in Höhe von 1.744.746 €,

2015: 212 Zuwendungen in Höhe von 2.166.453 € und auf das Jahr

2016: 186 Zuwendungen in Höhe von 2.334.832 €.

Rund die Hälfte aller angenommenen Leistungen sind Sponsoringmaßnahmen, den geringsten Anteil machen Werbemaßnahmen aus.

Art der Zuwendung	∑ 2014 - 2016		
	Zahl	€	% / €
Sponsoring	317	3.924.063	62,8%
Werbung	16	75.497	1,2%
Spende	148	1.752.187	28,1%
Mäzenatische Schenkung	59	494.283	7,9%
Summe	540	6.246.030	100%

## 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 2014 bis 2016 kann der Anlage 2 zum Sponsoringbericht entnommen werden. Das StMFLH sowie das StMGP 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 Polizei, Ausrichtung Verleihung Bayer. Sportpreis

### OBB

Repräsentation, Verkehrssicherheitsmaßnahme

### StMJ

Repräsentation

### **StMBW**

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

### **StMWi**

Repräsentation

### **StMUV**

Öffentlichkeitsarbeit, Aufklärungsprojekte

### **StMELF**

Pflanzversuche, Praxiskurse Waldarbeit, Repräsentation

### **StMAS**

Information und Repräsentation

## **3. Entwicklung im Vergleich zum Sponsoringbericht 2012/2013**

Im Vergleich zum Sponsoringbericht 2012/2013 zeichnen sich folgende Trends ab:

- Jährlich nehmen die Ressorts durchschnittlich 180 Zuwendungen an. Dies sind rund 20 Zuwendungen jährlich mehr als im letzten Berichtszeitraum.
- Mehr als die Hälfte aller angenommenen Leistungen sind Sponsoringmaßnahmen. Dies entspricht dem letzten Berichtszeitraum.
- Den geringsten Anteil (rd. 1,2 %) machen weiterhin Werbemaßnahmen aus. Hier ist gegenüber dem letzten Bericht eine leichte Steigerung zu verzeichnen. Der Anteil der Werbemaßnahmen lag im letzten Berichtszeitraum bei unter 1%.
- Die Summe der jährlich angenommenen Leistungen ist zwar im Berichtszeitraum kontinuierlich von rund 1,7 Mio. € im Jahr 2014 auf rund 2,1 Mio. € im Jahr 2016 angestiegen. Gegenüber dem durchschnittlichen Jahresbetrag für 2012/2013 von rund 2,5 Mio. € sind die Zuwendungen jedoch rückläufig.
- Auch der Durchschnittsbetrag der einzelnen Sponsoringleistung ist im aktuellen Berichtszeitraum um rund 1.600 € auf 11.567 € gesunken.

Die Schwerpunkte der Leistungen in den einzelnen Ressorts haben sich im Vergleich zum Berichtszeitraum 2012/2013 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](http://www.innenministerium.bayern.de/sug/engagement/sponsoring)

*Der Dritte Bericht des Bayer. Staatsministeriums des Innern, für Bau und Verkehr über Sponsoringleistungen an die Bayer. Staatsverwaltung für den Berichtszeitraum 2017/2018 wird zum 1. Mai 2019 abgegeben.*