



Sponsoring-Bericht 2019/2020

**Fünfter Bericht
über Sponsoringleistungen
an die Bayerische Staatsverwaltung
vom 12. Oktober 2021**

Berichtszeitraum: 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2020

Gz. StMI-Z6-0705-9-110

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 2019/2020

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 sonstigen 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 der 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 Bayerischen Landtag für die gesamte Staatsverwaltung über alle Leistungen ab einem Wert von über 1.000 €. Der Berichtszeitraum beträgt zwei Jahre. Somit umfasst der Fünfte Sponsoringbericht

den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2020. 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 2019 und 2020 haben die staatlichen Behörden und sonstige Einrichtungen 369 Zuwendungen in Höhe von insgesamt 5.734.973 € angenommen.

Davon entfallen auf das Jahr

2019: 229 Zuwendungen in Höhe von 2.121.222 €,

2020: 140 Zuwendungen in Höhe von 3.613.751 €.

Aufgrund der corona-bedingten Kontakt- und Veranstaltungseinschränkungen ist im Kalenderjahr 2020 die Anzahl der angenommenen Leistungen um etwa ein Drittel zurückgegangen. Allerdings ist der Wert der Zuwendungen um rd. 70 % angestiegen.

Bei knapp 60 % der angenommenen Leistungen handelt es sich um Sponsoringmaßnahmen, gefolgt von Spenden mit einem Anteil von rd. 36 %. Der geringste Anteil entfällt weiterhin auf Werbemaßnahmen.

Art der Zuwendung	Summe 2019 - 2020			
	Anzahl		Wert	
	<i>absolut</i>	<i>In %</i>	<i>absolut</i>	<i>in %</i>
Sponsoring	215	58,3 %	2.834.901 €	49,4 %
Werbung	5	1,4 %	33.446 €	0,6 %
Spende	134	36,3 %	2.520.362 €	43,9 %
Mäzenatische Schenkung	15	4,1 %	346.264 €	6,0 %
Summe	369	100 %	5.734.973 €	100 %

Der Durchschnittsbetrag der einzelnen Sponsoringleistungen belief sich im Berichtszeitraum auf 15.542 €.

Im Berichtszeitraum entfielen zehn Einzelzuwendungen auf einen Wert von mindestens 100.000 €. Die höchste Einzelzuwendung belief sich auf 833.000 € (Sachspende der BMW AG von FFP2-Masken an das StMI).

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 2019 und 2020 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 sowie Sachspenden zur Bewältigung der Corona-Pandemie

StMB

Wohnungsprojekttag Bayern 2019

StMJ

Keine Leistungen im Berichtszeitraum

StMUK

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

StMWK

Sachspenden für die Staatlichen Sammlungen, Unterstützung von Befragungen, Wettbewerben und Projekten

StMFH

Schenkung eines Bildes sowie Unterstützung einer Veranstaltung in der Ausbildung

StMWi

Sach- und Dienstleistungen zur Bewältigung der Corona-Pandemie

StMUV

Öffentlichkeitsarbeit, Unterstützung der Neugestaltung der Besucherinformation im Nationalpark Berchtesgaden, Bildungs- und Aufklärungsprojekte

StMELF

Pflanzversuche, Praxiskurse Waldarbeit, Repräsentation

StMAS

Unterstützung des Bayerischen Modellversuchs „Medienkompetenz in der Frühpädagogik stärken“ und Repräsentation

StMGP

Unterstützung einer Präventionskampagne sowie Sach- und Dienstleistungen zur Bewältigung der Corona-Pandemie

StMD

Repräsentation, Sach- und Dienstleistungen für Preisverleihungen und Veranstaltungen zum Thema Digitalisierung

3. Entwicklung im Vergleich zum Vierten Sponsoringbericht

Im Vergleich zum Sponsoringbericht 2017/2018 zeichnen sich folgende Veränderungen ab:

- Jahresdurchschnittlich haben die Ressorts im Berichtszeitraum gegenüber 2017/2018 jährlich rund 40 Leistungen weniger angenommen. Dies dürfte auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen sein. Während die Leistungen in 2019 mit 229 Zuwendungen noch auf dem Niveau von 2017/2018 lagen (225 Zuwendungen), brachen die Zuwendungen 2020 ein und beliefen sich nur noch auf 140 Leistungen.
- Im Vergleich zum Bericht 2017/2018 hat sich keine signifikante Veränderung bezüglich des Anteils der angenommenen Leistungsarten ergeben. Wie im Vorberichtszeitraum liegen die Sponsoringmaßnahmen wert- und anteilmäßig etwa bei der Hälfte aller angenommenen Leistungen. Im aktuellen Berichtszeitraum ist eine leichte Steigerung im Bereich der Spenden (+1,8 %) und ein Rückgang im Bereich der Sponsoringmaßnahmen (-0,3 %) zu erkennen.
- Die Werbemaßnahmen machen weiterhin den geringsten Anteil aus und sind mit 1,0 % nahezu identisch mit dem letzten Berichtszeitraum.

- Prozentual sind vor allem mäzenatische Schenkungen weiterhin rückläufig (aktuell: 4,1 %). Ihr Anteil betrug im ersten Sponsoringbericht 2012/2013 noch ca. 12 %.
- Die Summe der angenommenen Leistungen unterliegt – wie bereits in den Vorjahren – teilweise beachtlichen jährlichen Schwankungen. Im Jahr 2019 konnte wertmäßig eine geringfügige Steigerung im Vergleich zum Vorjahr (ca. +72 Tsd. €) verzeichnet werden und belief sich auf rd. 2,12 Mio.€. In 2020 ist – trotz der Corona-Pandemie – ein weiterer Anstieg der Leistungen festzustellen; die angenommenen Leistungen belaufen sich auf rd. 3,61 Mio. € (rd. + 1,49 Mio. € gegenüber 2019). Ohne die 2020 empfangenen corona-bedingten Sponsoringleistungen (in Höhe von rd. 1,7 Mio. €) belaufen sich die in diesem Jahr erhaltenen Leistungen mit knapp 1,9 Mio. € leicht unter dem Niveau des Jahres 2019.
- Weiterhin ist ein deutlicher Anstieg der durchschnittlichen Leistungshöhe (15.542 €) gegenüber dem Vorberichtszeitraum (10.908 €) festzustellen. Dies entspricht einem Anstieg von ca. 42 %.
- Die Durchschnittsbeträge der einzelnen angenommenen Leistungen haben sich wie folgt entwickelt:

Art der Zuwendung	Sponsoringberichte		Veränderung
	2017-2018	2019-2020	
	<i>Ø in €</i>	<i>Ø in €</i>	<i>in %</i>
Sponsoring	12.386	13.186	+6,5 %
Werbung	9.629	6.689	-30,5 %
Spende	8.793	18.809	+113,9 %
Mäzenatische Schenkung	8.810	23.084	+162,0 %
Gesamt	10.908	15.542	+42,5 %

Demnach hat sich vor allem der durchschnittliche Wert einer Spende gegenüber dem Vorberichtszeitraum mehr als verdoppelt.

- Die Schwerpunkte der Leistungen in den einzelnen Ressorts haben sich im Vergleich zum Berichtszeitraum 2017/2018 kaum verändert. Die Leistungsgeber haben mit ihren Zuwendungen insbesondere Maßnahmen der Repräsentation, Prävention und Information unterstützt. Im Jahr 2020 sind erwartungsgemäß Maßnahmen und Vorhaben zur Bewältigung der Corona-Pandemie mit Geld-, Sach- und Dienstleistungen unterstützt worden.

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

Der Sechste Bericht des Bayer. Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration über Sponsoringleistungen an die Bayer. Staatsverwaltung für den Berichtszeitraum 2021/2022 wird zum 1. Mai 2023 abgegeben.