



Vierter Bericht über Sponsoringleistungen an den Bayerischen Landtag vom 13. April 2021

Berichtszeitraum:

1. Januar 2019–31. Dezember 2020

**Herausgeber: Bayerischer Landtag
Landtagsamt, Referat A III
Recht, Parl. Kontrollgremien und
Vergabestelle
München 2021**

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	2
Berichtsteil	3
1. Einleitung	3
a. Allgemeines	3
b. Begriffsbestimmungen	3
2. Sponsoringleitfaden des Landtags	4
a. Art der Projekte	4
b. Art der Leistungen	4
c. Art der Sponsoren	4
d. Art und Umfang der Imagewerbung	5
e. Transparenz	5
3. Leistungen im Berichtszeitraum	5
a. Überblick	5
b. Inhaltliche Schwerpunkte	6
4. Entwicklungen im Vergleich zum Sponsoringbericht 2017-2018	6
5. Ausblick	7

Anlage

Tabellarische Übersicht der Leistungen

Berichtsteil

1. Einleitung

a. Allgemeines

Öffentliche Aufgaben sind grundsätzlich durch öffentliche Mittel, die der Haushaltsgesetzgeber dafür zur Verfügung gestellt hat, zu finanzieren. Ungeachtet dessen ist Sponsoring ein Finanzierungsinstrument der öffentlichen Hand, um die Erledigung zusätzlicher Aufgaben und Projekte trotz schwieriger Haushaltslagen zu ermöglichen. Die sponsernden Unternehmen erhoffen für sich einen Imagegewinn, wenn sie mit Geld-, Sach- oder Dienstleistungen zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben beitragen und dies entsprechend öffentlich kommunizieren. Sponsoring beruht daher – anders als Spenden oder Schenkungen – auf einer grundsätzlich gleichberechtigten Geschäftsbeziehung der Beteiligten.

Mit Sponsoring sind auch Risiken verbunden. So kann beispielsweise durch die Annahme von Sponsoringleistungen der Eindruck entstehen, staatliche Stellen würden sich durch Private bei ihrer Aufgabenwahrnehmung beeinflussen lassen oder deren Interessen besonders berücksichtigen. Dies könnte die Integrität und Neutralität der öffentlichen Hand in Frage stellen. Einerseits realisieren sich solche Risiken insbesondere in Behörden der Eingriffs- bzw. Leistungsverwaltung und sind im Landtag nicht im gleichen Maße vorhanden. Andererseits muss jedoch auch bei Sponsoring im Landtag, der als Verfassungsorgan besonders im Fokus der Medien steht, sichergestellt werden, dass ausreichende Neutralität und vollständige Transparenz hinsichtlich des Umfangs sowie der Art und Weise des Sponsorings gewährleistet werden. Keinesfalls darf der Eindruck entstehen, das Landtagsamt ließe sich bei der Aufgabenerfüllung oder bei der Vergabe öffentlicher Aufträge von den Interessen eines Sponsors leiten oder übergebe gar seine Aufgaben in die Hände eines Sponsors.

Insgesamt betrachtet kommt daher die Förderung der öffentlichen Hand durch Sponsoringleistung nur ausnahmsweise und ergänzend in Betracht.

b. Begriffsbestimmungen

Nr. 2 der Sponsoringrichtlinie der Bayer. Staatsregierung vom 14. September 2010 (AllIMBl S. 239) geht von folgenden Begrifflichkeiten aus, die auch diesem Bericht zugrunde gelegt werden:

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 uneigennützig Ziele verfolgen und denen es nur um die Förderung des jeweiligen öffentlichen Zwecks geht.

2. Sponsoringleitfaden des Bayer. Landtags

Das Präsidium des Landtags hat mit Beschluss vom 14. Februar 2012 einen Leitfaden zum Umgang mit Sponsoring im Landtag erlassen.

Die Handlungsempfehlungen dieses Leitfadens dienen einer einheitlichen Handhabung des Sponsorings im Landtagsamt. Sie sollen zudem sicherstellen, dass die rechtlichen Vorgaben – u.a. Haushalts- und Steuerrecht, Neutralitäts- und Transparenzgebot, Chancengleichheit – erfüllt werden und orientieren sich daher auch an der Sponsoringrichtlinie der Staatsregierung, die für den Landtag nicht unmittelbar Anwendung findet.

a. Art der Projekte

Aus den oben nur in Stichworten aufgeführten rechtlichen Vorgaben ergibt sich, dass Sponsoring im Landtag nur zulässig ist, wenn jedenfalls

- die Würde und das Ansehen des Landtags nicht beeinträchtigt werden,
- eine sachgerechte und unparteiische Aufgabenerfüllung gewährleistet bleibt und
- kein unmittelbarer Zusammenhang mit der Vergabe von Aufträgen besteht.

Es kommen daher in erster Linie Veranstaltungen des gesamten Landtags im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit ohne konkreten Bezug zu dessen parlamentarischen Aufgaben in Betracht. Eher ungeeignet sind hingegen alle Bereiche, in denen das Landtagsamt als klassische Verwaltungsbehörde agiert und Projekte, die im Zusammenhang mit der parlamentarischen Arbeit des Landtags stehen.

b. Art der Leistungen

In Betracht kommen grundsätzlich Dienst- oder Sachleistungen, wie z.B. das Zurverfügungstellen von Transportmitteln und Möbeln, die Überlassung von Sachmitteln sowie die Übernahme von Kosten Dritter, die sonst dem Landtag entstünden. Daneben sind grundsätzlich auch zweckgebundene Geldleistungen an den Landtag denkbar. Die Finanzierung von eventuellen Folgekosten durch den Haushalt des Landtags muss gewährleistet sein.

c. Art der Sponsoren

Hinsichtlich des Kreises möglicher Sponsoren ist die Wettbewerbs- und Chancengleichheit potentieller Sponsoren zu wahren. Jede Sponsoringentscheidung muss objektiv und neutral getroffen werden und auf sachgerechten und nachvollziehbaren Erwägungen beruhen. Darüber hinaus darf der Sponsoringpartner auch nicht gegen die Werteordnung des Grundgesetzes oder der Bayerischen Verfassung verstoßen. So kommen beispielsweise Unterstützer extremistischer Randgruppen als Sponsoren nicht in Betracht. Strikt ausgeschlossen sind ferner Sponsoren, mit denen das Landtagsamt in Vertragsverhandlungen steht oder die sich an laufenden Vergabeverfahren beteiligen.

Kriterien für die Auswahlentscheidung sind daher insbesondere

- die individuelle Zuverlässigkeit,
- die Werteverbundenheit mit der Institution Landtag,
- die Ortsansässigkeit in Bayern,
- die finanzielle Leistungsfähigkeit,

- das bisherige Förderverhalten (wer wird noch gesponsert),
- die Geschäftsgrundsätze und Geschäftspraktiken,
- die Kunden- und Medienprofile der Sponsoren und
- die Ziele der Sponsoringrichtlinie.

d. Art und Umfang der Imagewerbung

Der Landtag legt besonderes Augenmerk darauf, in welchem Umfang und in welchem Rahmen der Imagewerbung eines sponsernden Unternehmens Raum geboten wird.

Zulässig sind insoweit etwa

- die mündliche/schriftliche Erwähnung des Sponsors durch den Landtag (z.B. in Grußworten oder Einladungskarten)
- die Darstellung des Sponsornamens mit oder ohne Logo während der Veranstaltung
- Imagewerbung des Sponsors unter Hinweis auf das Sponsoring.

Nicht zulässig sind hingegen etwa

- die Verwendung des Schriftzugs „Bayerischer Landtag“ oder des Großen Staatswappens durch den Sponsor
- Produktwerbung des Sponsors unter Hinweis auf das Sponsoring, es sei denn, es handelt sich konkret um das Produkt, das dem Landtag im Wege des Sponsorings zur Verfügung gestellt wurde.

e. Transparenz

Die Tatsache des Sponsorings wird durch den Landtag gegenüber der Öffentlichkeit im Rahmen des jeweiligen Projekts oder während der Veranstaltung unmittelbar und zeitnah bekannt gemacht.

Da dem Landtag Transparenz und Information der Öffentlichkeit ein wichtiges Anliegen sind, wird zusätzlich grundsätzlich alle zwei Jahre ein Sponsoringbericht verfasst, der auch im Internet veröffentlicht wird.

3. Leistungen im Berichtszeitraum

Seit dem Doppelhaushalt 2013/2014 stehen für Sponsoringleistungen in Form von Geldleistungen im Sammelkapitel 01 02 des Landtagsetats entsprechende Einnahme- und Ausgabetitel zur Verfügung.

a. Überblick

Der vorliegende vierte Sponsoringbericht für die Zeit vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2020 weist Leistungen in Höhe von **insgesamt** 31.243,92 EUR für 11 Maßnahmen aus.¹

¹ In diesem Bericht nicht aufgeführt werden die einzelnen Printprodukte, welche der Landtagsbibliothek von unterschiedlichen natürlichen und juristischen Personen kostenfrei zur Verfügung gestellt werden.

Davon entfallen auf²

2019 EUR 31.243,92 auf 11 Maßnahmen

2020 EUR 0 auf 0 Maßnahmen

Die Leistungen verteilen sich wie folgt:

	2019		2020	
	EUR	%	EUR	%
Sponsoring	31.243,92	100	0,--	0
Werbung	0,--	0	0,--	0
Spende	0,--	0	0,--	0
Mäzenatische Schenkung	0,--	0	0,--	0
Summe	31.243,92	100	0,--	0

	2019		2020	
	EUR	%	EUR	%
Geldleistung	0,--	0	0,--	0
Sachleistung	13.088,18	42	0,--	0
Dienstleistung	18.155,74	58	0,--	0
Summe	31.243,92	100	0,--	0

In der Anlage werden die Einzelmaßnahmen tabellarisch aufgeführt.

b. Inhaltliche Schwerpunkte

Sponsoringleistungen an den Bayer. Landtag betrafen im aktuellen Berichtszeitraum im Kern die Bereiche Repräsentation bzw. Veranstaltungen im Rahmen der parlamentarischen Öffentlichkeitsarbeit. Hier wurden Sach- und Dienstleistungen in Anspruch genommen.

4. Entwicklungen im Vergleich zum Sponsoringbericht 2017 bis 2018

Der dritte Sponsoringbereich umfasst zwar den gleichen Zeitraum von zwei Jahren, eine Vergleichbarkeit ist jedoch nur eingeschränkt möglich, da die Jahre 2019 und 2020 stark von der Corona-Pandemie betroffen waren.

Die Vergleichbarkeit des dritten Sponsoringberichts mit dem vierten Sponsoringbericht ist nur eingeschränkt gegeben: Anders als der zweite Sponsoringbericht umfassen dabei zwar sowohl der dritte als auch der vierte Sponsoringbericht beide jeweils den zweijährigen Turnus. Im Jahr 2020 gab es aber aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie im Gegensatz zum Jahr 2019 keinerlei Sponsoringleistungen an den Bayerischen Landtag.

Unter Berücksichtigung dieses Umstands zeichnen sich jedoch jedenfalls bis zum Jahr 2019 folgende Trends ab:

- Der Bayer. Landtag nimmt jährlich ungefähr zehn Zuwendungen an.
- Nahezu alle angenommenen Leistungen sind Sponsoringmaßnahmen.

² Bei der zeitlichen Zuordnung der Leistung ist der Zeitpunkt der Leistungserbringung maßgeblich.

- Die Höhe der jährlich angenommenen Leistungen bis zum Jahr 2019 schwankt zwischen ca. EUR 20.000,-- und EUR 30.000,--.
- Die Sponsoringleistungen an den Bayer. Landtag betreffen im Kern die Bereiche Repräsentation bzw. Veranstaltungen im Rahmen der parlamentarischen Öffentlichkeitsarbeit.
- Es handelt sich bei den Zuwendungen nahezu immer um Sach- und Dienstleistungen.

5. Ausblick

Der fünfte Bericht über Sponsoringleistungen an den Bayer. Landtag wird voraussichtlich zum 1. April 2023 abgegeben. Der Bericht wird auch einen Vergleich zum Vorberichtszeitraum enthalten.

Dieser Bericht ist auch im Internet unter folgender Adresse abrufbar:

www.bayern.landtag.de

Anlage zum Sponsoringbericht 2019/2020

Tabellarische Übersicht der Sponsoringleistungen an den Bayer. Landtag vom 01.01.2019 – 31.12.2020

Lfd. Nr.	Wert/ Gegenwert in EUR	Art der Leistung	Leistungsgeber	Verwendungszweck	Erläuterung
	Ggf. Angabe des Schätzwerts	Sponsoring, Werbung, Spende, mäzenatische Schenkung	Name und Wohnort, Firmensitz	Erläuterung der Maßnahme	a) Geld-, Sach- oder Dienstleistung b) Zeitpunkt der Leistung c) Eventuelle Folgekosten (einmalig u. jährlich)
1	3.552,00 €	Sponsoring	SQUAREONE ENTERTAINMENT GmbH Bahnhofstraße 18 85774 Unterföhring	Der Kinofilm „Trautmann“ wurde im Veranstaltungsformat „Kino im Landtag“ am 20.03.2019 im Bayerischen Landtag gezeigt (nicht-öffentliche Veranstaltung, 296 zugesagte, geladene Gäste). Die Squareone Entertainment GmbH hat folgende Leistungen nicht in Rechnung gestellt: • 296 Tickets à 12 EUR Ticketpreis	a) Sachleistung b) 20.03.2019 c) -
2	355,74 €	Sponsoring	SQUAREONE ENTERTAINMENT GmbH Bahnhofstraße 18 85774 Unterföhring	Der Kinofilm „Trautmann“ wurde im Veranstaltungsformat „Kino im Landtag“ am 20.03.2019 im Bayerischen Landtag gezeigt (nicht-öffentliche Veranstaltung, 296 zugesagte, geladene Gäste). Die Squareone Entertainment GmbH hat folgende Leistungen nicht in Rechnung gestellt: • Personalkosten und Auslagen für Personal im VIP-Service-Bereich der Podiumsgäste • Kopienversand DCP (Digital Cinema Package)	a) Dienstleistung b) 20.03.2019 c)
3	ca. 4.000,00 €	Sponsoring	ARRI Media GmbH Türkenstraße 89 80799 München	Der Kinofilm „Trautmann“ wurde im Veranstaltungsformat „Kino im Landtag“ am 20.03.2019 im Bayerischen Landtag gezeigt (nicht-öffentliche Veranstaltung, 296 zugesagte, geladene Gäste). Die ARRI Media GmbH hat	a) Dienstleistung b) 20.03.2019 c) -

				<p>folgende Leistungen im Bereich der Medientechnik nicht in Rechnung gestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 x Panasonic Videoprojektor, PT-DZ 21 K, 20.000 ANSI Lumen • 1 x Optik 2,6 x 4,4 für Panasonic • 1 x Stativ für Videoprojektor • 1 x Leinwand Stumpfl Aufpro, 8,00 x 4,60 m • 1 x Allen & Heath Audiomischer Q-Pack • 1 x Black Magic Hyperdeck Ultra Studio 4 k als Zuspierer • 4 x Sennheiser, Handmikros mit Empfänger • 2 x Techniker für Auf/Abbau und Betreuung, 1 Einsatztag 	
4	1.552,00 €	Sponsoring	Staatlicher Hofkeller Residenzplatz 3 97070 Würzburg	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (300 Flaschen Secco Frizzi)	a) Sachleistung b) 16.07.2019 c) -
5	ca. 800,00 €	Sponsoring	Staatlicher Hofkeller Residenzplatz 3 97070 Würzburg	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (u.a. Personal, Logistik, Kühl- und Ausschankwagen)	a) Dienstleistung b) 16.07.2019 c) -
6	725,40 €	Sponsoring	FRANKEN BRUNNEN GmbH & Co. KG Bamberger Straße 90 91413 Neustadt a.d. Aisch	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (1.860 Flaschen Frankenbrunnen Mineralwasser)	a) Sachleistung b) 16.07.2019 c) -
7	ca. 4.500,00 €	Sponsoring	Staatl. Hofbräuhaus Hofbräuallee 1 81829 München	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (diverse Biersorten)	a) Sachleistung b) 16.07.2019 c) -
8	ca. 11.000,00 €	Sponsoring	Staatl. Hofbräuhaus Hofbräuallee 1 81829 München	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (Transportkosten, Kühlwagen, Gläser, Ausschankanlagen)	a) Dienstleistung b) 16.07.2019 c) -
9	2.500,00 €	Sponsoring	Verband der Milcherzeuger Bayern e.V. Max-Joseph-Straße 9 80333 München	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (Käsebuffet)	a) Sachleistung b) 16.07.2019 c) -

			<u>zusammen mit</u> milch.bayern e. V. Kaiser-Ludwig-Platz 2 80336 München		
10	2.000,00 €	Sponsoring	Verband der Milcherzeuger Bayern e.V. Max-Joseph-Straße 9 80333 München <u>zusammen mit</u> milch.bayern e. V. Kaiser-Ludwig-Platz 2 80336 München	Sommerempfang des Bayerischen Landtags (Personal)	a) Dienstleistung b) 16.07.2019 c) -
11	258,78 €	Sponsoring	Staatlicher Hofkeller Residenzplatz 3 97070 Würzburg	Filmfestempfang Hof (30 Flaschen Weißwein)	a) Sachleistung b) 24.10.2019 c) -

Hinweise: Bei der zeitlichen Zuordnung der Leistung ist der Zeitpunkt der Leistungserbringung maßgeblich. Es besteht hinsichtlich des Werts bzw. Gegenwerts der Leistung keine Bagatellgrenze; im Zuge der Datenerhebung sind daher grundsätzlich sämtliche relevanten Leistungen anzugeben.