

## **Erster Zweijahresbericht**

des Bundesministeriums des Innern über die Sponsoringleistungen

an die Bundesverwaltung

nach der „Allgemeine(n) Verwaltungsvorschrift der Bundesregierung  
zur Förderung von Tätigkeiten des Bundes durch Leistungen Privater  
(Sponsoring, Spenden und sonstige Schenkungen)“ – VV Sponsoring –

vom 7. Juli 2003

für den Zeitraum 1. August 2003 bis 31. Dezember 2004

## 1. Anlass des Berichts

Die am 11. Juli 2003 in Kraft getretene **VV Sponsoring vom 7. Juli 2003** - BAnz S. 14906 - (**Anlage**), regelt die Förderung von Tätigkeiten des Bundes durch Geld-, Sach- oder Dienstleistungen durch Private (Sponsoren) an eine oder mehrere Dienststellen des Bundes (Gesponserte), mit der der Sponsor eine Tätigkeit der Verwaltung mit dem Ziel fördert, dadurch einen werblichen oder sonst öffentlichkeitswirksamen Vorteil zu erreichen (Sponsoring). Die Regelungen gelten für unentgeltliche Zuwendungen Privater (Spenden und sonstige Schenkungen) an die Bundesverwaltung sinngemäß.

Nach **Nr. 3.4 Buchst. a)** der VV Sponsoring ist das in Einzelfällen nach den Kriterien der VV Sponsoring zugelassene Sponsoring gegenüber der Öffentlichkeit offen zu legen. Der Umfang und die Art von Sponsoring sowie die Sponsoren sind zur Vermeidung jeden Anscheins der Parteilichkeit der öffentlichen Verwaltung für jede Sponsoringleistung transparent zu machen. Zur **Transparenz** gehört unter anderem die Offenlegung der Geld-, Sach- und Dienstleistungen aus Sponsoring in einem zweijährlichen Bericht des Bundesministeriums des Innern. In dem Bericht können einzelne Leistungen einer Sponsoringmaßnahme im Gegenwert von je bis zu 5000 € zusammenfassend dargestellt werden.

Der Bericht soll zugleich einen Anhalt darüber geben, in welchen Fällen die Verwaltung bei der Erfüllung ihrer Aufgaben unterstützt werden kann.

Die VV-Sponsoring ist auf der Internet-Seite des BMI als Teil der [Broschüre "Texte zur Korruptionsprävention"](#) veröffentlicht.

## 2. Vorgeschichte und Entstehung der VV Sponsoring

Sponsoring durch private Finanzierungsquellen hat für die öffentliche Verwaltung in den letzten Jahren aufgrund der immer knapper werdenden Haushaltsmittel zunehmend an Bedeutung gewonnen. Eine Sponsoringvereinbarung dient einerseits dem Bedürfnis der öffentlichen Hand, Aktivitäten und Ziele der Verwaltung durch Unterstützung privater Geldgeber zu fördern, andererseits eröffnet es dem Sponsor auch die Möglichkeit, einen Werbeeffect oder sonst öffentlichkeitswirksamen Vorteil zu erreichen. Zugleich kann die Förderung Ausdruck privaten Engagements sein, wenn es sich um Spenden und „sonstige Schenkungen“ handelt.

Beim Sponsoring ist aber sicherzustellen, dass nicht der Eindruck entsteht, die Dienststellen oder ihre Beschäftigten ließen sich von den Interessen des Sponsors leiten oder behördliche Entscheidungen seien durch sachfremde Erwägungen beeinflusst.

Die Bundesregierung hat deshalb mit der VV Sponsoring Leitlinien und Handlungsanweisungen beschlossen, die den Umgang mit der immer komplexer werdenden Praxis beim Sponsoring in der Bundesverwaltung erleichtern und präzisieren sollen und einen rechtlich abgesicherten pro-aktiven Ansatz einer private public partnership beinhalten. Durch die Vorgabe verfahrensleitender Vorschriften gibt sie zugleich den Beschäftigten des öffentlichen Dienstes und den Sponsoren ein entsprechendes Instrumentarium an die Hand.

Die VV Sponsoring erweitert und konkretisiert die damalige Nr. 18 der „Richtlinie der Bundesregierung zur Korruptionsprävention in der Bundesverwaltung“ vom 17. Juni 1998 (jetzt Nr. 13 der neu gefassten Richtlinie vom 30. Juli 2004), die bereits eine Teilregelung zum Thema Sponsoring enthält. Die Herstellung von Transparenz ist ein wesentliches Element wirksamer Korruptionsprävention.

Mit der VV Sponsoring werden gleichzeitig die Ergebnisse und Anregungen aus einer **Querschnittsprüfung des Bundesrechnungshofes** (BRH) zur „Finanzierung von Aufgaben des Bundes durch Sponsoring, Spenden und sonstige Zuwendungen Dritter“ **vom 29. Dezember 2000** berücksichtigt. Auf der Grundlage der getroffenen Feststellungen hatte der BRH in seinem Bericht u. a. empfohlen, größtmögliche Transparenz bei der Herkunft und Verwendung der Mittel zu gewährleisten und hierfür geeignete Verfahrensabläufe festzulegen. Die Bundesregierung hatte diese Empfehlung bereits frühzeitig aufgegriffen. Sie teilt die Auffassung des BRH, dass es sich um ein sensibles und vielschichtiges Thema handelt, das einerseits das nachhaltige politische Bemühen um Einbeziehung der Gesellschaft widerspiegelt, andererseits - sofern die zulässigen Grenzen missachtet werden - Ansehen und Integrität des Staates tangiert. Deshalb hat die Bundesregierung Ziele und Grundsätze des Sponsoring erarbeitet und eine gemeinsame Leitlinie in Form dieser Verwaltungsvorschrift für den zukünftigen Umgang mit Sponsoring in der Bundesverwaltung erstellt, die die unterschiedlichen Interessen der beteiligten Bundesbehörden berücksichtigt.

Der Entwurf der VV Sponsoring ist seinerzeit vom **Haushaltsausschuss** des Deutschen Bundestages **am 12. Februar 2003** ohne Einwendungen zur Kenntnis genommen worden.

Inhaltlich enthält die VV Sponsoring Festlegungen über ihren Anwendungsbereich und über Begriffsbestimmungen. Sie regelt die bei der Einwerbung und Annahme von Sponsoringleistungen im Interesse der Integrität und Neutralität des Staates zu beachtenden Grundsätze sowie das einzuhaltende Verfahren. Sie stellt klar, dass Sponsoring einerseits restriktiv anzuwenden ist, andererseits in geeigneten Fällen unterstützend dazu beitragen kann, Verwaltungsziele zu erreichen. So ist Sponsoring in der **Eingriffsverwaltung** (z. B. in den hoheitlichen Aufgabenbereichen der Polizei, der Finanzen und des Zolls des Bundes) mit Ausnahme des präventiven Bereiches grundsätzlich nicht zulässig. Außerhalb der Eingriffsverwaltung darf Sponsoring genehmigt werden, etwa in den Bereichen Kultur, Sport, Gesundheit, Umweltschutz, Bildung und Wissenschaft, der Außenwirtschaftsförderung sowie bei der politischen Öffentlichkeitsarbeit im In- und Ausland und bei repräsentativen Veranstaltungen der Bundesregierung, wenn eine Beeinflussung der Verwaltung bei der Aufgabenwahrnehmung auszuschließen ist und auch kein Anschein einer solchen Beeinflussung entsteht.

Auf Landesebene hat die Innenministerkonferenz am 18./19. November 2004 entsprechende „Grundsätze für Sponsoring, Werbung, Spenden und mäzenatische Schenkungen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben“ als Rahmenempfehlung beschlossen. Darin sind auch die inhaltlich übereinstimmenden Grundpositionen enthalten, wie sie in der Verwaltungsvorschrift des Bundes geregelt sind.

### **3. Zum Bericht im Einzelnen**

Der Bericht war entsprechend dem Berichtsauftrag für den Zeitraum 1. August 2003 (nach Inkrafttreten der Verwaltungsvorschrift) bis 31. Dezember 2004 zu erstellen. Für zukünftige Berichte ist beabsichtigt, den Berichtszeitraum an die jeweiligen Haushaltsjahre (1. Januar bis 31. Dezember eines Jahres) anzupassen. Der nächste Bericht wird den Zeitraum 1. Januar 2005 bis 31. Dezember 2006 umfassen.

Die anliegende Aufstellung zum Bericht orientiert sich an den Vorgaben einer höchstmöglichen Transparenz der Sponsoringleistungen; sie berücksichtigt bei ihrer inhaltlichen Ausgestaltung aber auch die Gesichtspunkte der Lesbarkeit und des nicht zu hohen Bürokratieaufwandes.

Abgefragt wurden die jeweiligen Dienststellen des Bundes (oberste Bundesbehörden, die Behörden der unmittelbaren und mittelbaren Bundesverwaltung, die Gerichte des Bundes) und die Streitkräfte. Die Angaben der Dienststellen sind in der tabellarischen Übersicht nach einem Raster getrennt aufgeführt.

Aus der Übersicht ist ersichtlich, dass die Geld-, Sach- und Dienstleistungen aus Sponsoring Projekten zugute kamen, die ohne Sponsoring nicht oder nur in geringerem Umfang hätten verwirklicht werden können. Die **Gesamtsumme** der Sponsoringleistungen für alle Ressorts beträgt **ca. 55.198.532,- €** Hiervon entfielen allein 40.901.500,- € auf die AIDS-Aufklärung des BMGS.

Schwerpunkt der Sponsoringleistungen waren **Sachleistungen** mit einem Anteil von ca. **62 %** an den Gesamtleistungen. An zweiter Stelle standen die **Geldleistungen** mit einem Anteil von ca. **33 %**. Als Geldleistungen wurden nur diejenigen Beträge aufgeführt, die dem Bundeshaushalt unmittelbar zugeflossen sind. Geldwerte Leistungen wurden als Sach- oder/und Dienstleistungen angegeben (z. B. Kostenübernahmen und Zuschüsse Privater). Die **Dienstleistungen** spielten demgegenüber mit einem Anteil von **5 %** nur eine untergeordnete Rolle.

Eine klare Trennung zwischen Sach- und Dienstleistungen war anders als bei den Geldleistungen naturgemäß nicht immer möglich. Dies betrifft insbesondere die Unterstützung von Großveranstaltungen, wie z. B. Sommerfesten, und auch Veranstaltungen der deutschen Auslandsvertretungen, bei denen eine derartige Trennung angesichts der Vielzahl von Veranstaltungen verwaltungsökonomisch und -technisch nicht leistbar war. Deshalb wurden sie in einigen Fällen insbesondere zur Minimierung des Verwaltungsaufwandes zusammengefasst und mit einem gemeinsamen Sponsoringbetrag ausgewiesen. Alle Leistungen wurden in der Einzeldarstellung jeweils auf die volle Summe auf- oder abgerundet.