

- 1. In welchen kommunalen Einrichtungen (Schulen, Kindergärten, Theatern, Museen etc.) findet Sponsoring durch privatrechtliche Unternehmen statt?**
- 2. Welchen Umfang (in T€) hat Sponsoring in kommunalen Einrichtungen der Stadt Halle (Saale) durch privatrechtliche Unternehmen durchschnittlich p. a.?**
- 3. Welche Ziele verfolgen die Sponsoren mit den Zuwendungen an kommunale Einrichtungen der Stadt Halle (Saale)?**
- 4. Welche Unternehmen „engagieren“ sich in kommunalen Einrichtungen der Stadt Halle (Saale) durch Sponsoring?**
- 5. Welche geldwerten Vorteile und/oder Sachwerte erhalten kommunale Einrichtungen der Stadt Halle (Saale) durch privates Sponsoring?**
- 6. Wie bewerten die zuständigen Ämter der Stadt Halle (Saale) privates Sponsoring in kommunalen Einrichtungen der Stadt Halle (Saale)?**

Antwort der Verwaltung

Zur Stadtratssitzung am 17.12.2003 hat die Verwaltung die Anfrage unter Hinweis auf den laufenden Diskussionsprozess zum generellen Umgang mit bestimmten Anfrageinhalten nicht beantwortet.

Obwohl der Prozess nicht abgeschlossen ist, möchte die Verwaltung die Anfrage nunmehr beantworten.

Die Verwaltung bedankt sich beim Fragesteller, der mit seiner Anfrage die Aufmerksamkeit darauf gelenkt hat, dass es zurzeit keinen Überblick über die an kommunale Einrichtungen erfolgten Spenden bzw. das Sponsoring gibt. Allgemein lässt sich sagen, dass es sich bei den Zuwendungen zumeist um Spenden handelt.

Unter Sponsoring ist zu verstehen die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

Wesensmerkmal des Sponsoring ist die zielbezogene Zusammenarbeit zwischen Sponsor und Gesponsertem. Sponsoring basiert immer auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung. Im Unterschied zum Spendenwesen und Mäzenatentum werden beim Sponsoring Geld-, Sachmittel oder Know-how oder andere Organisationsleistungen mit dem Ziel bereitgestellt, eine kommunikative Gegenleistung zu erhalten, was neben der ideellen Komponente gleichberechtigte Bedeutung hat. Ziel des Gesponserten ist es, das Sponsoring als zusätzliche Finanzierungsquelle zu nutzen.

Die Stadtverwaltung wird geeignete Wege finden, um einen Überblick über Spenden- und Sponsoringleistungen zu erhalten. In die Überlegungen wird einfließen, dass es Beispiele aus anderen Städten gibt, die allgemeine Richtlinien zum Umgang mit Sponsoring erlassen haben.

gez. Ingrid Häußler
Oberbürgermeisterin

