

Antrag 17

Antragsteller: TC Capitol Bremerhaven e.V.

Inhalt: Auskunftersuchen -> Deals beim DTV und Ticket-Preise

Das DTV-Präsidium wird aufgefordert, über alle Verträge und z.B. Verrechnungen zugunsten des Tanzspiegels bzw. der Tanzwelt Verlags GmbH u.a. bei Ticket-Verkäufen im Rahmen des DTV-Sportbetriebs Auskunft* zu erteilen. Das betrifft insbesondere folgende Fragen:

I. Zulässigkeit der Verwendung

1. Warum wird Werbung für den Tanzspiegel mit einer Leistung aus dem Sportbetrieb des DTV „gekauft“?
2. Wo können die „Marketingleistungen“ in der Gewinn- und Verlustrechnung des DTV nachvollzogen werden?

II. Wirtschaftlichkeit der Verwendung

1. Wohin fließen die Einnahmen der ausdrücklich erwähnten Sponsorenlogos? (Wie schon oft dargestellt u. hinterfragt: Sponsoring beim DTV sollen seit Jahren „0“ € Einnahmen bewirken.)
2. Der Betrag der Wirtschaftsleistungen von insgesamt 30.000,00 € ist so hoch, dass er ca. 2% des Gesamthaushaltes des DTV ausmacht, doch
 - a. wie ist die der Verteilung (Werbung AdWords, u.a. / Werbung Tanzwelt Verlag GmbH)?
 - b. wie viel Werbung wurde bislang beim Tanzspiegel in Erfüllung des Vertrages in Auftrag gegeben?

III. Besteuerung

1. Warum wurde die Gestaltung von Rückvergütungen in Form von Kick-Backs gewählt, die bekanntlich Finanzbehörden hellhörig werden lassen?
2. Wenn es in dem Text heißt „Marketingleistungen in Höhe von ca. 30.000 €“, ist dies dann ein Brutto- oder Nettobetrag? Von welcher Partei (DTV, Ticketmaster oder Tanzwelt Verlag) werden die Marketingleistungen versteuert? Gibt es hier ein finanzielles oder rechtliches Risiko?

IV. Dokumentation und Information der Vereine über weitere Verträge

1. Wie viele Deals dieser oder ähnlicher Art „Ticketmaster“, Hospitality-Rahmenverträge und Verträge zur Ausgliederung von mit Wirtschaftsunternehmen gibt es noch?
2. Wie hoch ist das Gesamtvolumen der von den DTV-Vereinen und Mitgliedern (1.) erbrachten Leistungen und (2.) erzielten Einnahmen, die auf diese Art verwertet werden?

(Info: DTV-Haushalt 2011: Je 50-EUR-Schein aus dem Haushalt entfällt ca. 1,00 € auf den von R. Meindl dargestellten, einen Deal.)

Begründung:

Der DTV hat inzwischen viele Bereiche seiner Betätigung an Wirtschaftsunternehmen (GOC TEM GmbH, Tanzwelt Verlag GmbH, THE CAMP Khadjeh-Nouri Thurau GbR und verschiedene andere) ausgegliedert. Hierüber müssen Verträge geschlossen worden sein, die eine wirtschaftliche Verwendung der Mittel sichern. Anhand der Verträge wäre es möglich, Personalkosten, Wirtschaftlichkeit und Einnahmen aus und anlässlich von sportlichen Veranstaltungen zutreffend zu bewerten. Die Verträge sind bislang dem Souverän nicht bekannt. Eine Ausnahme stellt der vom DTV mit der Ticketmaster GmbH 2011 geschlossene Vertrag** dar, der einen Gegenwert von 30.000,- EUR haben soll und ...

(1) ... durch direkte Verrechnung mit Ticketmaster erhebliche Werbung (z.B. AdWords) für den DTV finanziert und

(2) ... Werbung für den wirtschaftlich angeblich unabhängige Tanzwelt Verlag gekauft wird.

Das stellt zweifellos eine unzulässige direkte Durchleitung von Vorteilen an Dritte aus dem Sportbetrieb des DTV dar.

Damit werden nämlich ...

- (1) ... namhafte Beträge in der Gewinn und Verlustrechnung des DTV nicht aufgeführt bzw. der Haushaltsführung durch die Abstimmung über den Haushalt entzogen oder gar der Ticketmaster GmbH anheim gestellt und ...
- (2) ... aus dem Sportbetrieb wirtschaftliche Vorteile an einen als unabhängiges Unternehmen geführten Wirtschaftsbetrieb – der Tanzwelt Verlag GmbH mit dem Produkt „Tanzspiegel“ – direkt weiter geleitet.

Mit anderen Worten:

Die Ticketmaster GmbH sichert sich ein umsatzstarkes Ticketgeschäft mit Sportveranstaltungen des DTV. Zudem erhält sie als Vergütung auf Kosten der DTV-Mitglieder und Vereine noch umfangreiche Werbung vom Tanzspiegel geschenkt.

Fazit:

Das Präsidium im Schulterschluss mit dem Hauptausschuss favorisiert, installiert und unterstützt die Ausgliederung von einträglichen Geschäftsmodellen des Verbandstanzsportes zugunsten von Wirtschaftsunternehmen verschiedener Rechtsformen, die in der Regel auch noch von systeminvolvierten Tanzsportinsidern betrieben werden. Die DTV-Vereine, also die Beitragszahler, erleiden nicht nur hier einen immensen finanziellen Verlust, sondern werden mit Beitrags- und Gebührenerhöhungen noch zusätzlich zur Kasse gebeten. Zudem wird das verbliebene Resttafelsilber wie aufgezeigt auch noch verschenkt. Die DTV-Vereine, bis auf ganz wenige Ausnahmen mit geschickt konstruierten Beteiligungen an einträglichen Geschäftsmodellen, haben also in dreierlei Hinsicht das Nachsehen. Bei genauerer Betrachtung werden sie um die Früchte ihrer täglichen Arbeit betrogen, denn ohne ihre Leistungen (Sach- und Geldmittel) im Rahmen der Mitgliedschaft des DTV, wären die eingefahrenen Gewinne durch Dritte gar nicht möglich.

Mit Hinblick auf die bereits vor der Erörterung des laufenden und künftigen Haushaltes beschlossenen Mitgliedsbeitrags- und Gebührenerhöhungen: Der DTV fungiert lediglich treuhänderisch für die Gelder der DTV-Vereine. Deshalb wird hier auf den § 2 Ziffer 3.7 der DTV-Finanzordnung hingewiesen:

„Bei der Ausführung des Haushaltplanes sind die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zu beachten.“

Die Prüfung und geeignete Auswahl der Maßnahmen zur Sicherung dieser Prinzipien der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit obliegt zwischen den Verbandstagen dem DTV-Präsidium. Hierüber ist aber den Vereinen auf dem Verbandstag eine nachvollziehbare Darstellung in einer Gewinn und Verlustrechnung und anhand der Berichte des Präsidiums zu erbringen. Dies ist eine Bringschuld des Präsidiums, die rechtmäßig und damit insbesondere unter Beachtung der Grundsätze der Finanzordnung zu erbringen ist.

* Es wird angeregt, dass das DTV-Präsidium die Antworten schriftlich und möglichst vor dem außerordentlichen Verbandstag veröffentlicht, um einer erneuten Vertagung wegen Zeitmangel vorzubeugen.

**** Die Angaben zur Vertragsgestaltung aus dem Dokument von R. Meindl (Vizepräsident des DTV):**

„Info über Kooperation DTV mit Ticketmaster GmbH“

Stand: 13. Mai 2011

vgl.: http://www.tanzsport.de/download/110513_Kooperation-DTV-Ticketmaster.pdf

Daraus ergeben sich Fragen, die auch Insider des DTV in einer Diskussion um die Ticketpreise allgemein nicht beantworten können. R. Meindl hat zu folgenden Themen in dem Dokument Stellung genommen: (1) Kick-Backs an Vereine, (2) gekaufter Werbung für Tanzwelt-Verlag, (3) AdWords & Co als Gegenleistung aus Tanzsportveranstaltungen (Gegenleistungen ... nicht nur für den DTV!).