

Parteisponsoring

Parteisponsoring ist eine Form der Finanzmittelbeschaffung für politische Parteien. Alle im Bundestag vertretenen Parteien lassen sich von Unternehmen und Verbänden mit Geldleistungen sponsieren. Als Gegenleistung erhalten die Sponsoren in der Regel die Möglichkeit zu einer Werbepräsentation, zuweilen auch persönliche Kontakte zu Entscheidungsträgern.

Einnahmen aus Sponsoring

Parteisponsoring ist hochgradig intransparent. In den Rechenschaftsberichten der Parteien werden Einkünfte durch Sponsoring nur als namenlose Gesamtsumme unter dem Posten „Einnahmen aus Veranstaltungen, Vertrieb von Druckschriften und Veröffentlichungen und sonstiger mit Einnahmen verbundener Tätigkeit“ aufgeführt. Für den Zeitraum 2009-2012 geben die damals im Bundestag vertretenen Parteien diesbezüglich folgende Einnahmen an (in Klammern der Anteil an den Gesamteinnahmen der Parteien).^[1]

	2009	2010	2011	2012
CDU	14.188.383 (8,72%)	12.560.342 (9,10%)	12.617.623 (8,95%)	11.703.787 (8,54%)
SPD	18.001.044 (10,39%)	12.996.948 (8,83%)	13.661.572 (8,78%)	12.609.914 (8,33%)
FDP	2.967.178 (6,86%)	2.242.804 (6,53%)	2.252.642 (6,57%)	1.834.573 (5,38%)
DIE LINKE	248.645 (0,92%)	203.918 (0,73%)	221.028 (0,77%)	249.655 (0,84%)
Bündnis 90/Die Grünen	914.527 (2,99%)	1.002.292 (3,20%)	1.053.668 (2,86%)	837.355 (2,18%)
CSU	7.990.772 (19,04%)	7.243.844 (20,70%)	7.029.953 (18,98)	6.957.510 (18,25%)

1. ↑ Vgl. <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/085/1708550.pdf>, <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/004/1800400.pdf> und <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/004/1800401.pdf>, abgerufen am 18.04.2014, 19:00 Uhr.