

Parteisponsoring

Parteisponsoring ist eine Form der Finanzmittelbeschaffung für politische Parteien. Alle im Bundestag vertretenen Parteien lassen sich von Unternehmen und Verbänden mit Geldleistungen sponsern. Als Gegenleistung erhalten die Sponsoren in der Regel die Möglichkeit zu einer Werbepresentation, 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%) |

Aus dieser Auflistung geht hervor, dass diese Art der Geldbeschaffung im Wahljahr 2009 einen vorläufigen Höhepunkt erreichte: Insgesamt erwirtschafteten CDU/CSU, SPD, FDP, Bündnis 90/Die Grünen und DIE LINKE in diesem Jahr über 44 Millionen Euro. In den Folgejahren sanken die Einnahmen auf durchschnittlich etwa 35 Millionen Euro pro Jahr.

Erzielt werden Einnahmen aus Parteisponsoring vor allem dadurch, dass Ausstellungsflächen auf Parteiveranstaltungen und Werbeanzeigen in Parteizeitungen weit über Marktniveau verkauft werden. Nach Recherchen des Nachrichtenmagazins *Monitor* verlangten die Parteien im Jahr 2011 für Ausstellungsstände auf ihren Parteitagen pro Quadratmeter zwischen 250 und 320 € - ein m² Ausstellungsfläche auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt am Main kostet dagegen nur 150 €. Anzeigen in Mitgliederzeitungen kosten pro 1000 Leser zwischen 39 € (SPD) und 346 € (CSU) - letzteres ist der neunzehnfache Preis einer Anzeige in der bundesweit erscheinenden *MieterZeitung* und immerhin der sechsfache Preis einer Anzeige im Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL.^[2]

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.

2. [↑] Vgl. Beitrag des Nachrichtenmagazins *Monitor*, <http://www.youtube.com/watch?v=YWA-j4YO0Tk>, abgerufen am 21.05.2014.