

Deutscher Bundestag
Innenausschuss

Ausschussdrucksache
17(4)57 C

Prof. Dr. Martin Morlok
Direktor

Datum: 01. Juni 2010

Stellungnahme

zu den Anträgen

BT-Drucksache 17/892; 17/651; 17/1169 und 17/547

Prof. Dr. Martin Morlok

Heinrich Heine Universität Düsseldorf

unter Mitarbeit von

Sebastian Roßner

Inhaltsverzeichnis

I.	Vorbemerkung	3
II.	Analyse der Anträge	3
1.	Beschränkungen (Grüne, Linke)	3
a)	Verbot des Sponsoring (Linke).....	3
b)	Begrenzungen der Volumina (Grüne, Linke)	4
	Begrenzung des wirtschaftlichen Anreizes (Grüne).....	4
2.	Offenlegungspflichten (Grüne)	4
a)	Niedrigere Schwelle für Einzelveröffentlichung von Spenden	4
b)	Niedrigere Schwelle für Sofortveröffentlichung von Spenden	4
c)	Gleiche Veröffentlichungspflicht für Sponsoringeinnahmen wie für Spenden.....	4
d)	Veröffentlichung der Wahlkampfkosten	5
e)	Veröffentlichung der Politspenden in Geschäftsberichten	5
III.	Private Politikfinanzierung: Allgemeiner Teil	5
1.	Spenden	5
a)	Spenden natürlicher Personen	6
b)	Spenden juristischer Personen	6
2.	Sponsoring.....	6
a)	Begriff aus einem anderem Bereich	6
b)	Eindringen in die Rechtswissenschaft	7
c)	Arbeitsdefinition von „Sponsoring“	7
d)	Verbot des Sponsoring gegenwärtig paradox	7
e)	Problem: „Gemischtes Sponsoring“	8
IV.	Bewertung der unterschiedlichen Therapievorschläge	8
1.	Beschränkungen (Grüne, Linke)	8
a)	Verbot des Sponsoring (Linke).....	8
b)	Verbot von Spenden juristischer Personen (Linke).....	9
c)	Begrenzungen der Volumina (Grüne, Linke)	9
i.	Spenden.....	9
ii.	Sponsoring	10
d)	Begrenzung des wirtschaftlichen Anreizes (Grüne).....	10
2.	Offenlegungspflichten (Grüne)	10
a)	Niedrigere Schwelle für Einzelveröffentlichung von Spenden	11
b)	Niedrigere Schwelle für Sofortveröffentlichung von Spenden	11
c)	Gleiche Veröffentlichungspflicht für Sponsoringeinnahmen wie für Spenden.....	11
i.	Offenlegung	11
ii.	Spendenannahmeverbote auf Sponsoring ausweiten	11
d)	Veröffentlichung der Wahlkampfkosten	12
e)	Veröffentlichung der Politspenden in Geschäftsberichten	12
V.	Resumée	12

I. Vorbemerkung

Zunächst sei eine Vorbemerkung gestattet: Das Parteiengesetz ist wiederholt geändert worden, stets aus aktuellem Anlass, sei es ein Urteil des Bundesverfassungsgerichts, sei es ein Skandal, der die Öffentlichkeit erregte. Ohne deshalb von Flickschusterei sprechen zu wollen, handelt es sich doch um recht kurzfristige Reaktionen des Gesetzgebers auf aktuelle Probleme. Betroffen war immer der Teil des Gesetzes, welcher sich mit Fragen der Finanzierung beschäftigt. Dabei geben auch andere Teile des Gesetzes Anlass, über eine Revision nachzudenken. Ich rege daher an, auch über eine weiterreichende Novellierung nachzudenken.

Im Folgenden sollen zunächst die gestellten Anträge kurz analysiert und geordnet werden (II.). Es folgt eine Auseinandersetzung mit den verschiedenen, in den Anträgen angesprochenen Formen der privaten Parteien- und Politikfinanzierung (III.). Auf dieser Basis werden die einzelnen Anträge bewertet (IV.) und abschließend ein Resumée gezogen (V.).

II. Analyse der Anträge

Eingeleitet werden soll diese Stellungnahme mit einer kurzen Betrachtung der gemachten Vorschläge, die sich verschiedenen als problematisch empfundenen Phänomenen der Parteienfinanzierung von unterschiedlichen Seiten her nähern. Dabei lassen sich zwei Gruppen von Regelungsansätzen unterscheiden.

1. Beschränkungen (Grüne, Linke)

Zunächst werden Vorschläge zur Beschränkung bestimmter Formen der Parteienfinanzierung gemacht. Diese Vorschläge zielen entweder auf eine Begrenzung des Potentials an Interessenverflechtung mittels einer Sperrung beziehungsweise quantitativen Begrenzung der finanziellen Zuflüsse oder auf eine Verminderung von Anreizen für bestimmte Formen der Parteienfinanzierung.

Dabei können vier Regelungsbereiche unterschieden werden:

a) Verbot des Sponsoring (Linke)

Der von der Fraktion Die Linke eingebrachte Vorschlag des Verbots von Parteiensponsoring zielt auf die Sperrung eines ganzen Feldes möglicher Eigeneinnahmen der Parteien, das als problematisch empfunden wird.

b) Verbot von Spenden juristischer Personen (Linke)

Gleiches gilt für den Antrag derselben Fraktion, Spenden juristischer Personen an politische Parteien zu verbieten.

c) Begrenzungen der Volumina (Grüne, Linke)

Weitere Anträge wollen bestimmte Formen der Finanzierung nicht untersagen, sondern der Höhe nach für die einzelnen Geldgeber bezogen auf eine bestimmte Zeiteinheit begrenzen.

- Zunächst soll eine jährliche Obergrenze für Spenden von natürlichen und juristischen Personen eingeführt werden. Der Antrag von Bündnis 90/Die Grünen denkt dabei an 100.000 €, derjenige der Linken an 25.000 € als Grenze.
- Die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen beantragt weiterhin das Sponsoring von Parteien nicht zu verbieten, wohl aber vom Volumen her pro Sponsor und Jahr zu begrenzen.

d) Begrenzung des wirtschaftlichen Anreizes (Grüne)

Dem Sponsoring von politischen Parteien nähert sich der Antrag von Bündnis 90/Die Grünen auch von einer anderen Seite her und möchte die steuerliche Abzugsfähigkeit von Kosten für Parteiensponsoring als Betriebsausgaben quantitativ limitieren.

2. Offenlegungspflichten (Grüne)

Daneben schreibt der Antrag von Bündnis 90/Die Grünen den bisherigen Gedanken des Parteiengesetzes fort, Einnahmen politischer Parteien als politisches Phänomen zu betrachten und sie daher einer Beurteilung durch die Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

a) Niedrigere Schwelle für Einzelveröffentlichung von Spenden

Zunächst soll die Schwelle für die Einzelveröffentlichungspflicht von Spenden im Rechenschaftsbericht der Parteien abgesenkt werden.

b) Niedrigere Schwelle für Sofortveröffentlichung von Spenden

Weiterhin soll auch ein niedrigerer Grenzwert für die Pflicht zur Sofortveröffentlichung von Spenden eingeführt werden.

c) Gleiche Veröffentlichungspflicht für Sponsoringeinnahmen wie für Spenden

Auch die Einnahmen der Parteien aus Sponsoring sollen Veröffentlichungspflichten unterliegen und zwar denselben, die für Einnahmen aus Spenden gelten.

d) Veröffentlichung der Wahlkampfkosten

Die beantragte Veröffentlichung der Wahlkampfkosten von Parteien zielt, anders als die bisher geschilderten Anträge, nicht auf die Einnahmen-, sondern auf die Ausgabenseite der Parteifinanzen.

e) Veröffentlichung der Politspenden in Geschäftsberichten

Ein gesetzgeberisches Novum bedeutete die beantragte Veröffentlichungspflicht für Politspenden in den Geschäftsberichten von Kapitalgesellschaften.

III. Private Politikfinanzierung: Allgemeiner Teil

Grundsätzlich ist vorwegzuschicken, dass die private Finanzierung von Parteien grundsätzlich erlaubt¹, als eine Form bürgerschaftlichen Engagements aus bestimmten Gründen sogar erwünscht ist. Sie ist ein Mittel, die gesellschaftliche Abhängigkeit der Parteien zu erhalten, damit diese nicht losgelöst von Interessen und Auffassungen der Bevölkerung agieren können. Dem entspricht das verfassungsrechtliche Verbot einer vollständigen staatlichen Finanzierung der Parteien². Die finanzielle Abhängigkeit der Parteien von privaten Geldquellen ist somit ein Instrument, welches die aus dem Auftragsverhältnis von Bürgern und Parteien resultierenden Steuerungsprobleme zu lösen hilft.

Ist also die private Finanzierung ein Mittel, um die Funktionsfähigkeit von Parteien als Werkzeuge des Souveräns „Volk“ zu erhalten, so bedeutet dies nicht ein verfassungsrechtliches Verbot der Regulierung oder Begrenzung privater Parteienfinanzierung. Solche Eingriffe können vielmehr ebenfalls durch das Ziel gerechtfertigt werden, die Funktionsfähigkeit des Parteiwesens zu bewahren. Dabei ist besonders zu berücksichtigen, dass das Grundgesetz einen chancengleichen Wettbewerb der Parteien fordert und in Art. 21 Abs. 1 S. 4 die Öffentlichkeit der Parteifinanzen anordnet.

1. Spenden

Spenden sind eine der beiden hier thematisierten Formen privater Parteienfinanzierung. Die Spende wird in Anlehnung an den zivilrechtlichen Schenkungsbegriff verstanden als ein von Gegenleistungspflichten freier Beitrag zur Parteienfinanzierung, die nicht in Erfüllung einer Rechtspflicht getätigt wird. Nach dem Gegenstand des Beitrags kann man Sach-, Dienstleistungs- und Geldspenden unterscheiden.

¹ Vgl. BVerfGE 85, 264 (326); 52, 63 (86).

² Vgl. BVerfGE 85, 264 (287 f.).

a) Spenden natürlicher Personen

Spenden natürlicher Personen sind als Ausfluss der politischen Betätigungsfreiheit der Bürger durch Art. 21 Abs. 1, 20 Abs. 1 und Abs. 2 GG verfassungsrechtlich geschützt³ und nicht im Grundsatz, sondern nur in ihrem Modus problematisch.

b) Spenden juristischer Personen

Anders verhält es sich mit Spenden juristischer Personen. Diese besitzen keine politischen Mitbestimmungsrechte, sie genießen etwa kein Wahlrecht und können auch nicht Mitglied einer politischen Partei werden, da das Prinzip der Volkssouveränität aus Art. 20 Abs. 2 S. 1 GG sie nicht erfasst. Eine „amerikanische Lösung“, die das Recht juristischer Personen auf Parteispenden aus der Meinungsfreiheit herleiten möchte, ist im Zusammenhang des deutschen Verfassungsrechts mit seinem differenzierten Grundrechtskatalog als Überdehnung von Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG abzulehnen.

Parteispenden juristischer Personen sind somit lediglich von der allgemeinen Handlungsfreiheit nach Art. 2 Absatz ein S. 1 GG geschützt. Daraus ergibt sich, dass sie, im Vergleich zu Spenden natürlicher Personen, leichter eingeschränkt oder verboten werden können. Rechtfertigende Gründe für derartige Beschränkungen liegen vor allem in der demokratischen Gleichheit der Bürger: Die unterschiedliche Finanzkraft soll sich nicht in unterschiedlichen Möglichkeiten des politischen Einflusses niederschlagen. In einer Abwägung mit der allgemeinen Handlungsfreiheit dürften sich die Gleichheitsgesichtspunkte regelmäßig durchsetzen.

2. Sponsoring

Das Sponsoring ist die zweite Form privater Parteienfinanzierung, an welche die Anträge anknüpfen. Als Bestandteil von normativen Tatbeständen ist „Sponsoring“ ein problematischer, weil vergleichsweise unbestimmter Begriff. Vor dem Hintergrund von Sanktionsdrohungen für Verstöße gegen Vorschriften der Parteienfinanzierung verschärft sich dieses Problem.

a) Begriff aus einem anderem Bereich

Die mangelnde juristische Randschärfe des Sponsoringbegriffs liegt vor allem in seiner Herkunft begründet. „Sponsoring“ ist ursprünglich ein terminus technicus der Betriebswirtschaftslehre, der dort zunächst deskriptiv und heuristisch, dann analytisch gebraucht wird, um bestimmte Verhaltensweisen von Unternehmen aus dem Bereich der

³ Vgl. BVerfGE 85, 264 (326); 52, 63 (86).

Unternehmenskommunikation zu untersuchen. Dem muss hier im Einzelnen nicht nachgegangen werden. Festzuhalten bleibt aber, dass der Begriff des Sponsoring nicht geprägt wurde, um ein Bedürfnis nach scharfer, die Einzelfälle scheidender Definition zu befriedigen.

b) Eindringen in die Rechtswissenschaft

Juristisch Verwendung findet der Sponsoringbegriff bisher vor allem im Bereich des Steuerrechts. Auch dort ist er kein Gesetzesbegriff, wurde aber immerhin durch Verwaltung und Rechtsprechung in seinen Konturen geschärft. Dies geschah allerdings im Hinblick auf das Ziel der Steuergerechtigkeit im System einer Besteuerung der tatsächlichen Leistungskraft.

Die Finanzierungsregelungen des Parteiengesetzes verfolgen offensichtlich andere Ziele, die man berücksichtigen muss, um zu einer für das Parteienrecht tauglichen Definition von Sponsoring zu gelangen: Wenn die demokratische Gleichheit der Bürger aus rechtlichen wie auch aus praktischen Gesichtspunkten nicht durch das Verbot des Einsatzes privater finanzieller Mittel herzustellen ist, muss jedenfalls die Öffentlichkeit privater Finanzierung hergestellt werden, um den Bürgern eine informierte politische Entscheidung zu ermöglichen, etwa bei Wahlen oder in Bezug auf ein eigenes finanzielles Engagement.

c) Arbeitsdefinition von „Sponsoring“

Vor diesem Hintergrund kann eine Arbeitsdefinition von „Sponsoring“ versucht werden: Es handelt sich um einen Leistungsaustausch, bei dem vermögenswerte Güter oder Leistungen des Sponsors gegen vermögenswerte kommunikative Rechte oder Leistungen des Gesponserten getauscht werden.

Zwecke des Sponsors können die unmittelbare oder mittelbare - nämlich über Multiplikatoren bewerkstelligte - Herstellung von Öffentlichkeit oder die Gewinnung von Sympathie in einem bestimmten Umfeld sein.

d) Verbot des Sponsoring gegenwärtig paradox

Wenig spricht zunächst für ein generelles Verbot des Sponsoring von Parteien, sofern die gegenleistungslos gewährte Spende erlaubt ist. Bei einem echten Leistungsaustausch ist die Gefahr einer auf Finanzkraft gestützten Beeinflussung der Politik typischerweise geringer, da auch für die Partei eine Einbuße in Form der Gegenleistungspflicht vereinbart wird.

e) Problem: „Gemischtes Sponsoring“

Bei einer realistischen Betrachtung wird man allerdings des öfteren von einer Disparität von Leistung und Gegenleistung ausgehen müssen: Die Leistung des Sponsors enthält in ihrem Mehrwert gegenüber der Gegenleistung des Gesponserten ein Element der Spende. Dieses „gemischte Sponsoring“ kann also die Wirkungen einer Spende entfalten und stellt somit die Gefahr einer Umgehung der Rechenschaftspflichten, die für Spenden strenger ausgestaltet sind als für sonstige Einnahmen der Parteien, sowie der Spendenannahmeverbote dar. Auch haben Einnahmen aus Sponsoring und Einnahmen aus Spenden unterschiedliche Auswirkungen auf die Berechnung der staatlichen Parteienfinanzierung (Eigenanteil, staatliche Förderung), die bei einer Annäherung der politischen und wirtschaftlichen Funktionen von Spenden und Sponsoring kaum begründbar sind.

Jedenfalls bietet die Chance auf steuerliche Abzugsfähigkeit von Sponsoring als Betriebsausgabe nach § 4 Abs. 4 EStG für Unternehmen, die eine Parteispende sonst nicht steuerlich geltend machen können, einen Anreiz für solche Praktiken. Hierin liegt für die Fälle des gemischten Sponsoring ein eigenes Problem: Im Hinblick auf die politische Chancengleichheit der Bürger ist die steuerliche Wirksamkeit von Parteispenden begrenzt worden, um sowohl die sehr unterschiedliche wirtschaftliche Leistungskraft der Bürger als auch die Progression der Einkommenssteuersätze zu berücksichtigen. Die gleichen verfassungsrechtlichen Gesichtspunkte gelten aber auch für Praktiken des Sponsoring, mit denen Wirkungen einer Spende erzielt werden.

IV. Bewertung der unterschiedlichen Therapieansätze

Vor diesem Hintergrund sind die einzelnen Anträge unterschiedlich zu bewerten.

1. Beschränkungen (Grüne, Linke)

Beschränkungen der Erzielung von Einnahmen aus bestimmten Betätigungen stellen einen Eingriff sowohl in die Freiheit der Parteien als auch in die der betroffenen Bürger dar und sind insofern rechtfertigungsbedürftig, wobei allerdings deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Konstellationen bestehen.

a) Verbot des Sponsoring (Linke)

Ein Verbot des Sponsoring ist nur bei einer grundlegenden Umgestaltung des Regimes der Parteienfinanzierung rechtlich möglich. Gegenwärtig besteht zunächst ein Wertungswiderspruch zur Erlaubtheit von Spenden (vgl. III.1.d)). Sponsoring kann daher nur in den Fällen verboten werden, in denen dies auch für Spenden möglich ist und geschieht.

Aus Sicht der Partei handelt es sich beim Sponsoring um eine wirtschaftliche Betätigung. Diese ist generell erlaubt. Auch hier bestehen daher Wertungswidersprüche, sofern es sich um echtes und nicht um gemischtes Sponsoring handelt.

Insbesondere bei einer geplanten Sanktionierung von Verstößen gegen ein Verbot des Parteiensponsoring müsste gesteigerte Sorgfalt auf eine präzise Definition des Sponsoringbegriffs verwendet werden.

b) Verbot von Spenden juristischer Personen (Linke)

Ein Verbot von Spenden juristischer Personen, wie es im Ausland teilweise praktiziert wird, böte den Vorzug, das Recht auf Parteispenden mit den politischen Mitbestimmungsrechten der Staatsbürger gleichzuführen. Damit würden auch zwei weitere Probleme einer Lösung zugeführt:

- Die Finanzkraft großer Vereinigungen, insbesondere von Kapitalgesellschaften, übersteigt typischerweise die pekuniären Möglichkeiten der überwältigenden Mehrzahl der natürlichen Personen. Ihr Recht, Parteispenden zu tätigen, stellt damit eine besondere Gefährdung der demokratischen Egalität dar.
- Häufig übersehen wird, dass die Verfügungsbefugnis über die Mittel einer Vereinigung bei ihrem Vorstand oder Geschäftsführer liegt. Entscheidet sich das vertretungsberechtigte Organ, eine Partei zu unterstützen, kann dies gegen die politischen Überzeugungen der anderen Mitglieder der Vereinigung verstoßen. Es handelt sich hier um eine Spielart der bekannten Probleme im Verhältnis Prinzipal–Vertreter.

Ein Verbot der Spenden juristischer Personen würde allerdings tief in die historisch gewachsene und einigermaßen ausgeglichene Struktur der privaten Parteienfinanzierung eingreifen, die für einen Teil des politischen Spektrums vergleichsweise stark auf Spenden juristischer Personen beruht. Um die Gefahr einer faktischen Ungleichheit zwischen den politischen Lagern auszugleichen, empfiehlt es sich daher, ein Verbot mit angemessen langen Übergangsfristen in Kraft treten zu lassen.

c) Begrenzungen der Volumina (Grüne, Linke)

i. Spenden

Den beantragten Begrenzungen der Spendenvolumina stehen keine gravierenden rechtlichen Hindernisse entgegen. Sie können sich zu ihrer Rechtfertigung auf das Argument der

demokratischen Gleichheit aller Bürger stützen. Welche Höhe eine solche Grenze haben sollte, ist eine politisch zu beantwortende Frage. Denkbar scheint etwa eine Orientierung am Durchschnittsverdienst eines deutschen Arbeitnehmers.

Allerdings erfordert eine Begrenzung der Spendenhöhen auch eine entsprechende Begrenzung der Sponsoringvolumina, um wirksam zu werden.

ii. Sponsoring

Das zur Begrenzung der Spendenhöhe Gesagte gilt mutatis mutandis auch für die Begrenzung der Sponsoringvolumina. Erneut ist freilich auf die Bedeutung einer klaren Definition von Sponsoring hinzuweisen, dies vor allem im Hinblick auf die Abgrenzung von anderen wirtschaftlichen Tätigkeiten der Parteien.

d) Begrenzung des wirtschaftlichen Anreizes (Grüne)

Eine Begrenzung der steuerlichen Abzugsfähigkeit von Sponsoringkosten als Betriebsausgaben ist unter Gesichtspunkten der steuerlichen Gleichbehandlung mit anderen Formen von Betriebsausgaben eventuell problematisch. Dies ist allerdings ein anderer Themenkreis. Es stellt sich aber auch die Frage, auf welche Höhe die Abzugsfähigkeit begrenzt werden soll und wie eine Abgrenzung zu anderen Betriebsausgaben vorgenommen werden könnte.

Würden Einnahmen aus Sponsoring, wie gleichfalls beantragt, in Hinblick auf die Veröffentlichungspflichten mit den Einnahmen aus Spenden gleichbehandelt, so wäre Art. 21 Abs. 1 S. 4 GG Genüge getan. Eine Absenkung der Einnahmen aus Sponsoring, worauf der Antrag erkennbar zielt, wäre dann nicht mehr notwendig, um die Bedeutung von Parteieinnahmen zu vermindern, deren Quellen nicht offengelegt werden müssen.

Allerdings ist die steuerliche Abzugsfähigkeit von Sponsoringkosten parteirechtlich problematisch, sofern es sich um gemischtes Sponsoring handelt, welches sich in seiner Wirkung einer reinen Spende annähert. Hier besteht eine deutliche Ungleichheit zur steuerlichen Behandlung des sich politisch betätigenden Bürgers, der einer deutlichen Deckelung der steuerlichen Wirkung von Parteispenden unterworfen ist.

2. Offenlegungspflichten (Grüne)

Offenlegungspflichten sind ein Pfeiler der bestehenden Regulierung der Parteienfinanzierung und haben sich grundsätzlich bewährt. Sie begegnen, schon wegen Art. 21 Absatz 1 S. 4 GG, normalerweise keinen durchschlagenden rechtlichen Bedenken. Allerdings ist zu bedenken, dass auch hier ein Übermaß zumindest faktisch von Übel ist.

a) Niedrigere Schwelle für Einzelveröffentlichung von Spenden

Niedrigere Schwellenwerte für die Einzelveröffentlichung von Spenden sind rechtlich möglich. Es ist aber die Erhöhung der Datenmenge im Rechenschaftsbericht zu bedenken, die zu dessen geringerer Durchschaubarkeit und einer Minderung des Aufmerksamkeitswertes der einzelnen Veröffentlichung führt. Insgesamt mag daher eine Vermehrung der veröffentlichten Daten zu einer Verminderung ihrer Transparenz führen.

b) Niedrigere Schwelle für Sofortveröffentlichung von Spenden

Diese Erwägungen gelten entsprechend auch für eine Absenkung der Schwelle für die Pflicht zur Sofortveröffentlichung von Spenden: Auch hier liegen die Bedenken weniger im Rechtlichen, sondern vielmehr im Faktischen.

c) Gleiche Veröffentlichungspflicht für Sponsoringeinnahmen wie für Spenden

i. Offenlegung

Die Ausdehnung der Veröffentlichungspflichten für Spenden auch auf Einnahmen aus Sponsoring ist rechtlich vor dem Hintergrund von Art. 21 Abs. 1 S. 4 GG unbedingt zu begrüßen, da ansonsten ein möglicherweise (!) nicht unbedeutender Teil der Parteieinnahmen bezüglich ihrer Quellen im Dunkeln bleibt und der politischen Beurteilung durch die Bürger entzogen wird. Dem mag man entgegenhalten, Sponsoring sei auf Öffentlichkeitswirkung angelegt. Aber eine punktuelle und nur für kurze Zeit hergestellte Öffentlichkeit wie sie für das Sponsoring von Parteiveranstaltungen üblich ist, genügt nicht den Zwecken von Art. 21 Abs. 1 S. 4 GG. Und selbst wenn allgemein bekannt ist, wer als Sponsor einer bestimmten Partei auftritt, so ist der finanzielle Umfang der Sponsorentätigkeit damit noch nicht offengelegt. Weiterhin wird durch eine Offenlegungspflicht das Abgrenzungsproblem zwischen Sponsoring und Spende entschärft.

Auch hier ist freilich das bereits oben angesprochene Problem der Datenmenge (IV.2.a)) zu berücksichtigen, das allerdings über eine Justierung des gegenwärtig eher niedrigen Schwellenwertes für die Einzelveröffentlichung gedämpft werden kann. Vor allem im Hinblick auf das Publizitätsgebot aus Art. 21 Absatz 1 S. 4 GG ist insgesamt eine Ausweitung der Veröffentlichungspflichten auch auf Einnahmen aus Sponsoring zu befürworten.

ii. Spendenannahmeverbote auf Sponsoring ausweiten

Wenn aber der erste Schritt zur Gleichbehandlung von Spenden und Sponsoring getan wird, sollte der zweite nicht unterbleiben. Die Anwendung der Spendenannahmeverbote auch auf

Einnahmen aus Sponsoring wird dringend angeregt: Wer nicht spenden darf, soll auch nicht sponsern dürfen! Sonst besteht die Gefahr der Umgehung der Spendenannahmeverbote nach § 25 Abs. 2 PartG durch Formen des gemischten Sponsorings.

d) Veröffentlichung der Wahlkampfkosten

Einer Pflicht zur Veröffentlichung von Wahlkampfkosten steht zunächst das erhebliche Problem ihrer Abgrenzung von laufenden Kosten des Parteibetriebs entgegen. Auch aus diesem Grund spielen die Wahlkampfkosten im System der Parteienfinanzierung praktisch keine Rolle mehr. Vor allem ist aber die Ratio des Vorschlags nicht klar, der im Rechenschaftsbericht auf der Ausgabenseite der Parteien die Kategorie der Sachausgaben für Wahlkämpfe, § 24 Abs. 5 Nr. 2 c) PartG, in schwer absehbarer Weise erweitern würde.

e) Veröffentlichung der Politspenden in Geschäftsberichten

Die Pflicht zur Veröffentlichung von Politspenden in den Geschäftsberichten würde die „Aktionärsdemokratie“ stärken und dem in IV.1.b) angesprochenen Problem der Verwendung von Unternehmenskapital durch Vorstand oder Geschäftsführer entgegen den politischen Überzeugungen der Anteilseigner entgegenwirken. Dieser sinnvolle Ansatz sollte allerdings nicht auf Kapitalgesellschaften begrenzt bleiben, sondern im Sinne einer „Mitgliederdemokratie“ auf alle Vereinigungen ausgeweitet werden.

V. Resumée

Eine Regelung des Sponsoring von Parteien ist rechtlich wie faktisch geboten. Dabei fügt sich eine auf Offenlegungspflichten setzende Lösung ohne weiteres in das bestehende System der Parteienfinanzierung ein.

Politisch ist zu entscheiden über ein – rechtlich mögliches – Verbot oder eine quantitative Begrenzung der Parteispenden von juristischen Personen.