

## **Gesetzentwurf**

**des Abgeordneten Stephan Brandner, Thomas Seitz, Marc Bernhard, René Bochmann, Marcus Bühl, Thomas Dietz, Dr. Michael Ependiller, Peter Felser, Kay Gottschalk, Mariana Harder-Kühnel, Nicole Höchst, Dr. Malte Kaufmann, Barbara Lenk, Mike Moncsek, Tobias Matthias Peterka, Bernd Schattner, René Springer und der Fraktion der AfD**

### **Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des Parteiengesetzes – Gesetz zur Erhöhung der Transparenz beim Sponsoring der Parteien**

#### **A. Problem**

Die politischen Parteien finanzieren sich in Deutschland vor allem aus vier Quellen: aus den Beiträgen ihrer Mitglieder, aus Spenden, aus sogenannten Parteisteuern, also Sonderabgaben, die Abgeordnete und andere Amtsträger leisten und aus staatlichen Zuwendungen. Während Mitgliedsbeiträge unproblematisch sind, besteht bei Spenden die Gefahr, dass das „große Geld“ übermäßigen Einfluss auf die Politik bekommt, die Demokratie also plutokratische Züge annimmt. Beim Staatsgeld sind die Parteien in der verführerischen Lage, im Parlament selbst bestimmen zu können, wie viel Geld sie bekommen. Dann droht, wenn wirksame Kontrollen fehlen, kein Halten mehr „nach oben“, sodass mit öffentlichen Mitteln gepöppelte bürgerferne Staatsparteien entstehen können, die keine Unterstützung der Basis mehr benötigen. Der Volksmund spricht von „Selbstbedienung“ (von Arnim: Parteienfinanzierung in Deutschland (DÖV 2020, S. 593)). Manche Großspender aus der Wirtschaft haben neuerdings allerdings ihre Zuwendungen eingestellt. Offenbar gehen sie verstärkt zum Partei-Sponsoring über. Dafür aber fehlen bisher gesetzliche Offenlegungspflichten.

Das Sponsoring von politischen Parteien ist weit verbreitet und zu einer wichtigen Einnahmequelle der Parteien geworden. Die Grundidee des Parteisponsoring ist: Wer sich an der Finanzierung einer Parteiaktivität beteiligt, bekommt die Möglichkeit, sich und seine Anliegen den Entscheidungsträgern zu präsentieren (Boehme-Neßler: Gekaufte Aufmerksamkeit? Verfassungs- und parteirechtliche Überlegungen zum Sponsoring von politischen Parteien (NVwZ 2017, 528)).

In den Rechenschaftsberichten der Parteien wird weder die Gesamtsumme der Einnahmen aus Sponsoring gesondert angegeben, noch werden die Sponsoren namentlich aufgeführt - unabhängig von der Höhe der geleisteten Beträge. Einkünfte durch Sponsoring fließen außerdem in unterschiedliche Sammelposten der Berichte ein: Direkte Sponsoringzahlungen an eine Partei gehen als namenlose Gesamtsumme in den Sammelposten „Einnahmen aus Veranstaltungen, Vertrieb von Druckschriften und Veröffentlichungen und sonstiger mit Einnahmen verbundener Tätigkeit“ ein (<https://lobbypedia.de/wiki/Parteisponsoring>).

Einzelne Parteien haben sich entschieden, freiwillig Name der Sponsoren und Höhe der geleisteten Zahlungen zu veröffentlichen. So listet die SPD in ihrem Sponsoringbericht für das Jahr 2021 Zahlungen in Höhe von 114.815 Euro auf, die insbesondere für die Logopräsenz bei Bundesparteitagen sowie bei dem Juso-Bundeskongress geleistet wurden ([https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Parteiorganisation/Finanzen/Sponsoring/Sponsoringeinnahmen\\_2021\\_-\\_insgesamt.pdf](https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Parteiorganisation/Finanzen/Sponsoring/Sponsoringeinnahmen_2021_-_insgesamt.pdf)). Im Jahr 2019 waren es 530.202 Euro ([https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Parteiorganisation/Finanzen/Sponsoring/Aussteller\\_und\\_Sponsoren\\_-\\_Gesamteinnahmen\\_2019.pdf](https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Parteiorganisation/Finanzen/Sponsoring/Aussteller_und_Sponsoren_-_Gesamteinnahmen_2019.pdf)).

Auch die Partei Bündnis 90/Die Grünen veröffentlicht eine Liste der Aussteller, Sponsoren und Unterstützer ihrer Parteitage, beziehungsweise der Bundesdelegiertenkonferenzen. So belaufen sich die Sponsoringleistungen zugunsten der digitalen Bundesdelegiertenkonferenz im Januar 2022 auf 22.500 Euro (<https://cms.gruene.de/uploads/documents/Transparenz-Übersicht-DBDK-2022.pdf>). Bei der Bundesdelegiertenkonferenz in Bielefeld 2019 beliefen sich die Sponsoringleistungen auf 277.483 Euro (<https://cms.gruene.de/uploads/documents/Transparenz-Bundesdelegiertenkonferenz-in-Bielefeld-15.-17.-November-2019.pdf>).

Die CDU hingegen veröffentlicht ihre Einnahmen aus Sponsoring nicht (<https://www.deutschlandfunkkultur.de/lobbyismus-und-parteitagssponsoring-dieser-parteitag-wird-100.html>), bei der Alternative für Deutschland spielt Sponsoring keine Rolle (ebd.).

Sponsoring und Spende sind juristisch unterschiedliche, aber politisch-ökonomisch doch eng verwandte Finanzierungsformen für politische Parteien. Eine begriffliche Abgrenzung ist nicht einfach, aber wichtig. Denn die rechtlichen Anforderungen an Sponsoring und Spende unterscheiden sich deutlich (Boehme-Neßler: Gekaufte Aufmerksamkeit? Verfassungs- und parteirechtliche Überlegungen zum Sponsoring von politischen Parteien (NVwZ 2017, 528)):

Als Spende gilt eine finanzielle Zuwendung dann, wenn sie freiwillig und ohne (direkte) Gegenleistung gewährt wird. Spenden an politische Parteien sind umfangreich und detailliert in § 25 PartG normiert. Grundsätzlich sind Parteispenden in unbegrenzter Höhe zulässig (§ 25 I 1 PartG). Das entspricht den verfassungsrechtlichen Vorgaben aus Art. 21 GG. Begründet wird dies damit, dass politische Parteien eine wichtige Funktion für die politische Meinungs- und Willensbildung in der parlamentarischen Demokratie erfüllen und dazu nur fähig sind, wenn sie frei sind. Zur Parteienfreiheit gehört auch die Freiheit, sich aus privaten Spenden zu finanzieren. Sichergestellt werden soll so auch die Unabhängigkeit von staatlicher Finanzierung.

Das Sponsoring zugunsten von Parteien ist im Parteiengesetz (PartG) nicht explizit geregelt. Insbesondere sind die Vorschriften zu Parteispenden nicht auf das Sponsoring anwendbar (Sachstand Seite 2 WD 3 - 3000 - 204/21). Der sogenannte Sponsoring-Erlass des Bundesministeriums der Finanzen definiert den Begriff des Sponsorings allgemein wie folgt:

„Unter Sponsoring wird üblicherweise 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 verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.

Leistungen eines Sponsors beruhen häufig auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoring-Vertrag), in der Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind“ (Bundesministeriums der Finanzen, Erlass vom 18. Februar 1998, BStBl. I 1998 S. 212.).

Das Sponsoring ist nicht uneigennützig, sondern an eine explizit vereinbarte Gegenleistung gekoppelt. Sponsoringleistungen, die an politische Parteien gezahlt werden, sind grundsätzlich in unbegrenzter Höhe möglich. Parteienrechtlich gelten Zuwendungen eines Sponsors als Einnahmen iSv § 24 IV Nr. 7 ParteienG. Sie müssen lediglich im Rechenschaftsbericht der Partei als Gesamtsumme aufgeführt werden. Alle Restriktionen und Transparenzvorschriften, die für eine Parteispende gelten, spielen beim Sponsoring keine Rolle (ebd.).

Aufgrund der teilweise komplizierten Abgrenzung zwischen Sponsoring und Spenden und den weitgehend fehlenden rechtlichen Regelungen steht das Parteiensponsoring immer wieder in der Kritik. Schon im Jahr 2001 gab die Kommission unabhängiger Sachverständiger zu Fragen der Parteienfinanzierung die Empfehlung an den Bundestag ab, „zu prüfen, ob die Vorschriften des Parteiengesetzes der Vielfalt der modernen Formen von Sponsoring und von konkreter Veranstaltungs- oder Kampagnen-Unterstützung gerecht werden und diese angemessen bewältigen“ (BT-Drs. 14/6710, S. 8.).

## **B. Lösung**

Das Parteiengesetz wird dahingehend geändert, dass Parteiensponsoring ab einer Summe von 1000 Euro Zuwendung jährlich pro Sponsor veröffentlichungspflichtig wird.

## **C. Alternativen**

Als Alternative besteht die Möglichkeit, das Parteiensponsoring gänzlich zu verbieten.

## **D. Haushaltsausgaben ohne Erfüllungsaufwand**

Keiner.

## **E. Erfüllungsaufwand**

### **E.1 Erfüllungsaufwand für Bürgerinnen und Bürger**

Keiner.

### **E.2 Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft**

Keiner.

### **E.3 Erfüllungsaufwand der Verwaltung**

Mehrkosten können durch einen erhöhten Kontrollaufwand entstehen.

**F. Weitere Kosten**

Keine.

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt*

## **Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des Parteiengesetzes – Gesetz zur Erhöhung der Transparenz beim Sponsoring der Parteien**

Vom ...

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

### **Artikel 1**

#### **Änderung des Parteiengesetzes**

Das Parteiengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 31. Januar 1994 (BGBl. I S. 149), das zuletzt durch Artikel 4 des Gesetzes vom 10. August 2021 (BGBl. I S. 3436) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. § 24 Absatz 4 Nummer 5 wird wie folgt gefasst:

„5. Einnahmen aus Sponsoring.“.

2. Die bisherigen Nummern 5 bis 11 werden die Nummern 6 bis 12.

3. Dem § 25 wird folgender Absatz 5 angefügt:

„(5) Zuwendungen von Geld oder geldwerten Vorteilen zur Förderung einer Partei, mit der unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit als Gegenleistung verfolgt werden und die auf der Grundlage einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoring-Vertrag) stattfinden, in der Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind, sind unter Angabe von Name und Anschrift des Zuwendenden im Rechenschaftsbericht zu verzeichnen, wenn der zugewendete Betrag auch auf Grund verschiedener Sponsorenverträge 1.000 Euro im Rechnungsjahr überschreitet.“

### **Artikel 2**

#### **Inkrafttreten**

Dieses Gesetz tritt am Tag nach der Verkündung in Kraft.

Berlin, den 3. Mai 2022

**Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion**

## Begründung

### A. Allgemeiner Teil

#### I. Zielsetzung und Notwendigkeit der Regelungen

Das Sponsoring zugunsten von Parteien ist im Parteiengesetz (PartG) nicht explizit geregelt. Insbesondere sind die Vorschriften zu Parteispenden nicht auf das Sponsoring anwendbar. Sponsoring setzt voraus, dass der Sponsor eine Leistung erbringt. Als typische Beispiele für die Leistung beim Sponsoring werden die Verpflegung eines Parteitages, bezahlte Anzeigen in Parteipublikationen und gemietete Informationsstände bei Parteiveranstaltungen, etwa Bundesparteitagen genannt. Nach den §§ 23 ff. PartG müssen Parteien einen jährlichen Rechenschaftsbericht einreichen. Die Berichte sind nach § 23 Abs. 2, §§ 29 ff. PartG von einem Wirtschaftsprüfer oder einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zu begutachten. Anschließend sind die Berichte dem Präsidenten des Deutschen Bundestages zuzuleiten. Nach § 23 Abs. 3, § 23a PartG wird durch den Präsidenten des Deutschen Bundestages geprüft, ob die Berichte den Vorschriften des Fünften Abschnittes (§§ 23 bis 31) des PartG entsprechen.

Die im Rechenschaftsbericht jeweils gesondert aufzuführenden Einnahmen finden sich in § 24 Abs. 4 PartG. Einnahmen durch Sponsoring werden grundsätzlich zu § 24 Abs. 4 Nr. 7 PartG („Einnahmen aus Veranstaltungen, Vertrieb von Druckschriften und Veröffentlichungen und sonstiger mit Einnahmen verbundener Tätigkeit“) gezählt. Die einzelnen Einnahmearten müssen dabei innerhalb der Kategorie nicht weiter aufgeschlüsselt werden, vielmehr handelt es sich um einen Sammelposten. Somit kann aus dem Rechenschaftsbericht grundsätzlich nicht abgelesen werden, wie hoch die Einnahmen einer Partei aus Sponsoring waren.

#### II. Wesentlicher Inhalt des Entwurfs

Wesentlicher Inhalt des Entwurfs ist die Herstellung von Transparenz hinsichtlich der Sponsoringleistungen an Parteien. Zukünftig werden Sponsoringleistungen ab einer Bagatellgrenze von 1000 Euro pro Zuwender jährlich im Rechenschaftsbericht einzeln aufgelistet.

#### III. Alternativen

Eine Alternative stellt das Verbot von Sponsoringleistungen dar.

#### IV. Gesetzgebungskompetenz

Die Gesetzgebungskompetenz des Bundes ergibt sich aus Artikel 21 Absatz 3 GG.

#### V. Vereinbarkeit mit dem Recht der Europäischen Union und völkerrechtlichen Verträgen

Der Entwurf ist mit dem Recht der Europäischen Union und völkerrechtlichen Verträgen vereinbar.

#### VI. Gesetzesfolgen

Das Gesetz wird zu keinerlei Mehrausgaben führen. Es sichert die Transparenz und stärkt damit die Demokratie.

## B. Besonderer Teil

**Zu Artikel 1** (Änderung des Parteiengesetzes):

**Zu Nummer 1** (§ 24 Abs. 5 - neu -)

Der § 24 Abs. 5 PartG wird neu gefasst. Er regelt die Aufnahme des Sponsorings in den Rechenschaftsbericht.

**Zu Nummer 2** (§ 24 Abs. 6 bis 12 - neu -)

Es handelt sich um eine redaktionelle Änderung.

**Zu Nummer 3** (§ 25 Abs. 5 - neu -)

Ab einer Bagatellgrenze von 1.000 Euro pro Jahr müssen Geldleistungen und geldwerte Leistungen auch dann im Rechenschaftsbericht der Parteien aufgelistet werden, wenn sie im Rahmen des sogenannten Sponsorings gezahlt werden. Diese kommen auf Grundlage einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Zuwendender und dem Empfänger der Leistungen (Sponsoring-Vertrag) zustande, in der Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind. Veröffentlicht werden Name und Anschrift des Zuwendenden im Rechenschaftsbericht auch dann, wenn der zugewendete Betrag auch auf Grund verschiedener Sponsorenverträge in der Summe 1.000 Euro im Rechnungsjahr überschreitet.

**Zu Artikel 2** (Inkrafttreten):

Die Vorschrift regelt das Inkrafttreten.