

BUNDESTAGSWAHL

20.09.2013, 14:08 Uhr, aktualisiert 20.09.2013, 15:48 Uhr

Wie Unternehmen im Wahlkampf mitmischen

von Tobias Döring und Christof Kerkmann

Autos, Zeitungsanzeigen, Geld: Vor der Bundestagswahl tun Unternehmen einiges, um die Parteien zu unterstützen. Experten kritisieren die mangelnde Transparenz.



Das Familienunternehmen Tengelmann schaltete eine ganzseitige Anzeige im Handelsblatt – und wirbt darin offensiv um Stimmen für Kanzlerin Merkel.

Quelle: dpa

Düsseldorf. Der Wahlkampf ist im Endspurt. Plakate, Online-Werbung und jede Menge Kugelschreiber: Die letzten Tage sind teuer, bis der Wähler schließlich entscheidet. Doch die Parteien können sich auf ihre Helfer verlassen: die Unternehmen. Sie schieben direkt oder indirekt den Wahlkampf an. Selten ist dabei die Unterstützung so offensichtlich wie die von Tengelmann. Die Unternehmensgruppe aus Mülheim an der Ruhr schaltete am Freitag eine ganzseitige Anzeige im Handelsblatt und gab darin eine Wahlempfehlung zugunsten von Kanzlerin Angela Merkel (CDU) ab.

Andere Unternehmen öffneten für die Parteien in den letzten Wochen noch einmal das Portemonnaie. Ob Großkonzern oder Mittelständler macht dabei keinen Unterschied. Allein der Verband der Chemischen Industrie (VCI) gab im Juli und August der CDU 100.000 Euro und der FDP 64.000 Euro, wie aus den Veröffentlichungen der Bundestagsverwaltung zur Parteienfinanzierung hervorgeht. Mitglied im VCI sind internationale Unternehmen wie BASF, Bayer oder Evonik. Auch SPD und die Grünen wurden laut VCI mit 50.000 bzw. 10.000 Euro bedacht. Die letzte bekannte Großspende kam aus dem Sauerland: Die Mittelständler vom Märkischen Arbeitgeberverband unterstützten die CDU. Diese durfte sich am 19. August über 60.000 Euro freuen.

Wahl-ABC (A bis H)

Alles anzeigen

A wie aktives Wahlrecht
Das haben deutsche Staatsbürger ab 18 Jahren, die seit mindestens drei Monaten in Deutschland leben. Mit ihren beiden Stimmen entscheiden sie über die Sitzverteilung im Bundestag. Unter bestimmten Bedingungen können auch Deutsche mit Wohnsitz im Ausland wählen.
B wie Briefwahl
C wie chatten
D wie Direktmandat
E wie Erststimme
F wie Fünf-Prozent-Hürde
G wie Gültigkeit der Wahl
H wie Hochrechnung

Geld, das die Union gut gebrauchen kann. Merkels Partei gibt für den Wahlkampf 20 Millionen Euro aus und hielt ihren Etat damit stabil. Die FDP stützte ihre Ausgaben um eine Million Euro auf vier Millionen, die Grünen stockten um 1,8 Millionen Euro auf 5,5 Millionen auf. Bei den Linken beträgt das Budget ebenfalls rund 5,5 Millionen Euro. Am meisten investierte jedoch die SPD in die Bundestagswahl: Satte 23 Millionen Euro gibt sie aus, um ihren Kanzlerkandidaten Peer Steinbrück in Szene zu setzen.

Doch auch die SPD kürzte die Kosten: Insgesamt schraubten die Genossen den Werbeetat im Vergleich zur Bundestagswahl vor vier Jahren um sechs Millionen Euro herunter. Das liegt auch daran, dass die Sozialdemokraten verstärkt auf Hausbesuche als auf unpersönliche Flyer setzen. Doch es gibt einen Trend dazu, dass die Parteien mit weniger Unterstützung durch die Unternehmen zurecht kommen müssen.

SIXT, REWE UND CO.

Wie die Wahl zum Werbemotiv wird



Steinbrück und der Finger – für den Autovermieter **Sixt**, bekannt für seine provokante Werbung, ein gefundenes Fressen. Für eine neue Kampagne hat das Unternehmen das umstrittene Titelbild des „SZ-Magazins“ geklaut und zweckentfremdet. Aber auch andere Händler und Hersteller greifen den Wahlkampf in der Werbung auf.

Bild: Screenshot

„Mövenpick-Steuer“ und Wulff-Affäre zeigen Wirkung

Die Wirtschaft ist längst nicht mehr so spendabel wie noch bei der Wahl 2009. Damals kassierten die Parteien 4,2 Millionen Euro an Großspenden, in diesem Jahr sind es bis heute nur 1,45 Millionen Euro. „Es gibt eine zunehmende Zurückhaltung von Unternehmen im Besonderen und Spendern im Allgemeinen, die auf die ganzen Skandale und Verdächtigungen der letzten Zeit zurückzuführen ist“, sagt Michael Koß, Experte für Parteienfinanzierung bei Transparency International (TI).

So erhielt die FDP im Wahljahr 2009 eine Millionenspende des Mövenpick-Miteigentümers Finck und senkte später die Mehrwertsteuer fürs Hotelgewerbe. Auch die Affäre um den früheren Bundespräsidenten Christian Wulff zeigt Wirkung. „Außerdem spielen Sachen rein, die mit der Parteienfinanzierung nichts zu tun haben“, sagt Koß, etwa das Sponsoring für das Sommerfest des Bundespräsidenten.

Wie viel Geld die Parteien genau von Unternehmen erhalten, erfährt die Öffentlichkeit indes meist erst später – oder gar nicht. Denn nach dem Parteiengesetz müssen nur Großspenden von mehr als 50.000 Euro sofort publik gemacht werden. Über kleinere Zuwendungen, ob von Privatleuten oder Unternehmen, geben erst die Rechenschaftsberichte mit mindestens einem Jahr Verzögerung Aufschluss.

Wahl-ABC (I bis P)

Alles anzeigen

I wie Immunität
„Wegen einer mit Strafe bedrohten Handlung darf ein Abgeordneter nur mit Genehmigung des Bundestages zur Verantwortung gezogen oder verhaftet werden“. So ist der Schutz der Parlamentarier im Grundgesetz geregelt. Wenn der Abgeordnete auf frischer Tat erappt wird, gilt dies nicht.
J wie Jungwähler
K wie konstituierende Sitzung
L wie Legislaturperiode
M wie Mandat

N wie Nichtwähler
O wie Opposition
P wie passives Wahlrecht

„Das ist zu spät, um festzustellen, ob Einfluss genommen wurde“, kritisiert Gregor Hackmack, Mitgründer des Portals Abgeordnetenwatch.de. Die Organisation, die sich für mehr Transparenz und Bürgernähe in der Politik einsetzt, fordert eine sofortige Veröffentlichung ab einer Summe von 10.000 Euro.

Bei niedrigeren Summen muss der Geber ohnehin nicht genannt werden. Das ermöglicht Spendern, ihre Zuwendungen zu stückeln. Der Spielhallenkonzern Gauselmann soll diese Lücke ausgenutzt zu haben. Er forderte einige Führungskräfte auf, bestimmte Abgeordnete zu unterstützen – der Chef selbst bündelte und verschickte die Schecks dann, wie die „Süddeutsche Zeitung“ 2011 [berichtete](#).

Die meisten Unternehmen, die aktuell auf der Liste der Großspender für das Jahr 2013 registriert sind, stehen offen zu ihrem Engagement. Der Autobauer [Daimler](#) zum Beispiel hat CDU und SPD jeweils 100.000 Euro gespendet – und gibt ohne Veröffentlichungszwang an, auch CSU, FDP und Grüne mit jeweils 40.000 Euro bedacht zu haben. „Ziel der Spenden ist es, die Parteien bei ihrer Mitwirkung an der politischen Willensbildung des Volkes zu unterstützen“, sagt eine Daimler-Sprecherin. Nur die Linke bekommt vom Stuttgarter Autohersteller nichts.

Die Berenberg Bank hat ähnliche Motive. „Wir unterstützen regelmäßig unterschiedliche Parteien, in diesem Jahr CDU, FDP und SPD“, sagt ein Sprecher der Privatbank. Dabei liegt der Fokus klar auf der Union: Die Partei erhielt 100.000 Euro, die SPD und FDP jeweils 20.000 Euro. Für die Unterstützung der Grünen und der Linken sieht die Bank „keinen Anlass“.

PROMIS ZUR WAHL

Ich gehe wählen, weil...



„... das Recht zur freien und geheimen Wahl ein hohes Gut der Demokratie ist, um das uns viele Völker auf der Welt beneiden.“

Claudia Pechstein, fünfmalige Eisschnellauf-Olympiasiegerin.

Bild: ap

Sogar die Allianz fordert mehr Transparenz

Die Allianz spendete je 30.000 Euro an „alle Parteien, die die soziale Marktwirtschaft unterstützen“ – die Linke profitiert nicht davon. „Hinter den Parteien stehen tausende von Menschen, die auf Ortsebene ihre Freizeit investieren, um Parteiarbeit zu leisten, diese Arbeit wird mitfinanziert durch Parteispenden“, sagt ein Unternehmenssprecher. Erwartungen an die Politik seien damit nicht verknüpft: „Die Allianz ist volkswirtschaftlich relevant genug, um Gehör zu finden in der Politik.“

Der Autobauer [BMW](#) hingegen überweist kein Geld, sondern stellt den im Bundestag vertretenen Parteien kostenlos Leasingfahrzeuge zur Verfügung. Die Höhe der Spenden berechnet sich nach den „marktüblichen Konditionen“ der Leasingverträge. Dabei zielt das Unternehmen auch auf den Werbeeffect ab, sagt ein Sprecher. Die CSU (144.000 Euro), SPD (107.000 Euro) und die FDP (69.000 Euro) sowie die Grünen (unter 50.000 Euro) nahmen das Angebot in diesem Jahr an.

Im dunkleren Teil des Graubereichs der Parteienfinanzierung liegt das Sponsoring. „Ein beliebtes Mittel sind

überhöhte Preise für Anzeigen in Parteizeitungen oder Messestände auf Parteitagen – das sind die zwei Klassiker“, sagt Hackmack. Diese Unterstützung muss nicht veröffentlicht werden, weil es sich offiziell um ein Geschäft handelt. „Ich sehe darin ein Problem, weil damit die Veröffentlichungspflicht umgangen werden kann“, betont der Aktivist. Für Unternehmen hätten solche Deals einen weiteren Vorteil: Sie könnten sie von der Steuer absetzen.

Wahl-ABC (Q bis Z)

Alles anzeigen

Q wie qualifizierte Mehrheit
Wer Kanzlerin oder Kanzler werden will, braucht zunächst die Unterstützung von 50 Prozent aller gewählten Abgeordneten plus eine Stimme. 2009 hätte Angela Merkel (CDU) für eine solche absolute Mehrheit 312 der 622 Stimmen benötigt, sie bekam 323. Nur mit einer qualifizierten Zweidrittel-Mehrheit kann das Grundgesetz geändert werden. Für die meisten Beschlüsse genügt die einfache Mehrheit der anwesenden Abgeordneten.
R wie Reichstag
S wie Sitzverteilung
T wie TV-Duell
U wie Überhangmandat
V wie Verhältniswahl
W wie Wahlleiter
Z wie Zweitstimme

„Den Rückgang an Großspenden begrüße ich – so lange nicht über dunkle Kanäle das Geld an Parteien fließt. Das lässt sich nur schwer nachvollziehen, weil zum Beispiel Werbung unter ‚Wirtschaftsbetrieb‘ zusammengefasst ist“, sagt Hackmack. „Da braucht es mehr Transparenz.“ Auch Transparency International ist beunruhigt. „Eine neue Grauzone sind die wirtschaftlichen Aktivitäten von Parteien“, sagt TI-Experte Koß. Die SPD besitzt die Medienholding DDVG, die FDP mehrere Unternehmen. „Was da passiert, ist völlig unklar oder sehr schwierig nachzuvollziehen. Wir würden da gerne mehr Licht reinbringen.“

Die Transparenzkämpfer bekommen Unterstützung von unerwarteter Seite: Die Allianz fordert eine völlige Offenlegung von Spenden. „Wir sind mit Skepsis konfrontiert, weil man einen Versuch der Einflussnahme unterstellt“, sagt der Sprecher. Die Spenden des Finanzriesen veröffentlicht die Bundestagsverwaltung nicht, weil sie die Schwelle von 50.000 Euro nicht überschreiten – der Konzern gibt deswegen selbst eine Pressemitteilung heraus. Nach der Wahl will die Allianz außerdem mit den Parteien über mehr Transparenz diskutieren.

Die reagieren zurückhaltend. Die FDP hält die geltenden Transparenzregeln für „praktikabel und ausreichend“, die CDU-Bundesgeschäftsstelle hält sie für „angemessen“. Es sei abzuwägen zwischen dem öffentlichen Interesse und der Wahrung der Privatsphäre der Spender. Die Grünen fordern eine Halbierung der Veröffentlichungsschwellen auf 5000 Euro bzw. 25.000 Euro. Das würde auch die SPD unterstützen. „Die Bundestagsfraktion hatte hierzu einen Gesetzentwurf vorgelegt“, sagt ein Grünen-Sprecher. Auch das Sponsoring müsse den Regelungen unterworfen werden. Verträge der Sponsoren ihrer Parteitage würden die Grünen auf ihrer Webseite öffentlich machen.

Konsequent geben sich die Linken. Sie fordern ein Verbot von Spenden juristischer Personen an die Parteien und nehmen demzufolge keine Spenden an.

[@kuerzel_td folgen](#)

[@ckerkmann folgen](#)

© 2013 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der **Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG**

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (**Mediadaten**) | Verlags-Services für Content: **Content Sales Center** | **Sitemap** | **Archiv**

Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: **vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste AG** | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.