

Gesetzentwurf

der Abgeordneten Thomas Oppermann, Dr. Eva Högl und der Fraktion der SPD

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Parteiengesetzes

A. Problem und Ziel

Sponsoring findet bei politischen Parteien im Wesentlichen auf Bundes- und vereinzelt auf Landesebene der Parteien statt. In den Ortsvereinen und Unterbezirken ist es in der Regel ein lokaler Sponsor, der mit Sachleistungen z.B. ein Sommerfest, unterstützt.

Sponsoring von Parteiveranstaltungen ist zulässig, um die eigenständige Finanzierung von Parteien zu ermöglichen. Es wird derzeit dem „wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb“ der Parteien zugeordnet und ist steuerpflichtig. Die Einnahmen fließen ein in den Rechenschaftsbericht unter der Rubrik „Einnahmen aus Veranstaltungen, Vertrieb von Druckschriften und Veröffentlichungen und sonstiger mit Einnahmen verbundener Tätigkeit“.

Sponsoring-Einnahmen sind derzeit im Parteiengesetz nicht ausdrücklich geregelt. Eine ausdrückliche Regelung erscheint jedoch erforderlich. Die Ziele der Offenheit und Transparenz des politischen Entscheidungsprozesses erfordern es jedoch, dass Bürgerinnen und Bürger nachvollziehen können, welche Akteure Sponsoring bei politischen Parteien betreiben und welche Form der Interessenvertretung und Einflussnahme auf den politischen Entscheidungsprozess hiermit gegebenenfalls verbunden ist.

B. Lösung

Die Änderungen des Parteiengesetzes schaffen Transparenz über Einnahmen politischer Parteien für den Bereich des Sponsorings.

C. Alternativen

Keine

D. Finanzielle Auswirkungen auf die öffentlichen Haushalte

Keine

E. Sonstige Kosten

Für die betroffenen politischen Parteien dürften allenfalls geringe zusätzliche Kosten entstehen, da Sponsoring-Einnahmen bereits jetzt bei der Erstellung des Rechenschaftsberichts erfasst und berücksichtigt werden müssen.

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Parteiengesetzes

Vom...

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Änderung des Parteiengesetzes

1. In das Parteiengesetz wird in § 24 Absatz 4 nach Nr. 7 die folgende Nr. 7a eingefügt:

„7a. Einnahmen aus Sponsoring,“

2. § 27 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 2 wird wie folgt gefasst:

„(2) Bei Leistungen auf vertraglicher Grundlage von natürlichen oder juristischen Personen (Sponsoren) an eine Partei (Gesponserte), die als Gegenleistung die Gewährung von Rechten zur kommunikativen Nutzung, Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit erbringt, handelt es sich um Einnahmen aus Sponsoring im Sinne von § 24 Absatz 1 Nr. 7a. Leistung und Gegenleistung müssen sich im Wert entsprechen; § 26 Absatz 3 gilt entsprechend. Soweit die Leistung eines Sponsors die Gegenleistung einer Partei übersteigt, ist der übersteigende Teil der Leistung als Spende zu erfassen. Die Einnahmen aus Sponsoring gemäß § 24 Absatz 4 Nr. 7a sind im Rechenschaftsbericht mit dem Namen des Sponsors, der Leistung und der Höhe der jeweiligen Leistung offen zu legen. Dies gilt nicht für Einnahmen aus Sponsoring, deren Höhe im Einzelfall 500 Euro nicht übersteigt. Einnahmen aus Sponsoring, die im Einzelfall die Höhe von 50.000 Euro übersteigen, sind dem Präsidenten des Deutschen Bundestages unverzüglich anzuzeigen. Dieser veröffentlicht die Einnahme unter Angabe des Sponsors zeitnah als Bundestagsdrucksache.“

b) Der bisherige Absatz 2 wird zu Absatz 3.

Artikel 2

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am 1. Januar des Folgejahres nach der Verkündung in Kraft.

Begründung

A. Allgemeiner Teil

I. Ausgangslage

Sponsoring findet bei politischen Parteien im Wesentlichen auf Bundes- und vereinzelt auf Landesebene der Parteien statt. In den Ortsvereinen und Unterbezirken ist es in der Regel ein lokaler Sponsor, der mit Sachleistungen z.B. ein Sommerfest, unterstützt.

Sponsoring von Parteiveranstaltungen ist zulässig, um die eigenständige Finanzierung von Parteien zu ermöglichen. Es wird derzeit dem „wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb“ der Parteien zugeordnet und ist steuerpflichtig. Die Einnahmen fließen ein in den Rechenschaftsbericht unter der Rubrik „Einnahmen aus Veranstaltungen, Vertrieb von Druckschriften und Veröffentlichungen und sonstiger mit Einnahmen verbundener Tätigkeit“.

Sponsoring-Einnahmen sind derzeit im Parteiengesetz nicht ausdrücklich geregelt. Eine ausdrückliche Regelung erscheint jedoch erforderlich. Die Ziele der Offenheit und Transparenz des politischen Entscheidungsprozesses erfordern es jedoch, dass Bürgerinnen und Bürger nachvollziehen können, welche Akteure Sponsoring bei politischen Parteien betreiben und welche Form der Interessenvertretung und Einflussnahme auf den politischen Entscheidungsprozess hiermit gegebenenfalls verbunden ist.

II. Inhalt des Gesetzentwurfes

Die Änderungen des Parteiengesetzes schaffen Transparenz über Einnahmen politischer Parteien für den Bereich des Sponsorings.

B. Besonderer Teil

Artikel 1: Änderung des Parteiengesetzes

Die Änderung schafft Transparenz über Einnahmen von Parteien im Bereich des Sponsorings. Damit wird im Bereich der politischen Parteien Transparenz zu Sponso-

ring-Leistungen geschaffen, die nach der Verwaltungsvorschrift Sponsoring für Bundesbehörden schon seit 2003 Praxis ist (Allgemeine Verwaltungsvorschrift zur Förderung von Tätigkeiten des Bundes durch Leistungen Privater (Sponsoring, Spenden und sonstige Schenkungen), VMBI 2004 S. 24).

Durch die Einfügung von § 24 Absatz 4 Nr. 7a wird Sponsoring als eigene Einnahmeart eingeführt.

Die in § 27 Absatz 2 Satz 1 enthaltene Legaldefinition stellt klar, dass es sich bei Sponsoring um Zuwendungen von Geld- oder geldwerten Vorteilen an eine Partei handelt, mit dem der Zuwendende als Gegenleistung Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit erreichen will. Leistung und Gegenleistung müssen vertraglich geregelt werden und dem marktüblichen Wert entsprechen. Diese Definition orientiert sich am Erlass des BMF zur steuerlichen Behandlung von Sponsoring.

§ 27 Absatz 2 Satz 3 regelt, dass die Einnahmen aus Sponsoring im Rechenschaftsbericht mit einer neuen Einnahmeposition „Einnahmen aus Sponsoring“ ausgewiesen und nicht mehr wie bisher unter der Rubrik „Einnahmen aus Veranstaltungen, Vertrieb von Druckschriften und Veröffentlichungen und sonstiger mit Einnahmen verbundener Tätigkeit“ ausgewiesen werden.

§ 27 Absatz 2 Satz 4 führt eine Bagatellgrenze von 500 Euro für Sponsoring-Einnahmen ein. Diese soll dazu dienen, insbesondere untere Parteigliederungen vor unverhältnismäßigem Verwaltungsaufwand bei der Erfassung solcher Einnahmen zu verschonen.

Durch § 27 Absatz 2 Satz 5 wird eine Sofortveröffentlichungspflicht von Sponsoring-Einnahmen über 50.000 Euro eingeführt. Einnahmen in einer solchen Höhe sind unverzüglich dem Präsidenten des Deutschen Bundestags anzuzeigen, da in den erfassten Fällen aufgrund der Höhe der Einnahmen ein besonderes Transparenzinteresse besteht.

Artikel 2: Inkrafttreten

Die Vorschrift regelt das Inkrafttreten des Gesetzes. Um den politischen Parteien genügend Zeit für die Umstellung auf die neuen Regelungen bei der Erstellung des Rechenschaftsberichts zu geben, sollen die Neuregelungen erst zum 1. Januar des Folgejahres nach der Verkündung in Kraft treten.

C. Gesetzgebungskompetenz

Die Gesetzgebungskompetenz für die Änderung des Parteiengesetzes folgt aus Artikel 21 Absatz 3 GG.