

09.03.2022

Kleine Anfrage 6474

der Abgeordneten Uta Opelt, Hebert Strotebeck und Sven W. Tritschler AfD

Unternehmens-Sponsoring von Parteiversammlungen – Was machen Unternehmen mit einer Landesbeteiligung in diesem Bereich?

In der Vergangenheit haben immer wieder Konzerne Veranstaltungen von Parteien und deren nachgeordneten Organisationen wie z.B. den Jugendorganisationen gesponsert. Die Konzerne mieten dabei Flächen auf einer Parteiveranstaltung an, um sich „zu präsentieren“. Den Parteien fließen dafür z.B. Einnahmen für die vermieteten Flächen ähnlich wie bei einer Messe zu.

Auch Staatskonzerne wie die Deutsche Bahn¹ und Unternehmen mit dem Bund als großen Aktionäre² wie z.B. der Deutschen Post haben diese Art von Sponsoring unternommen.

Diese gilt gemeinhin als Graubereich der Parteienfinanzierung. Auch wenn es sich nicht um eine Spende im eigentlichen Sinne handelt, ist es doch eine Art von Parteienfinanzierung. Die Deutsche Bahn darf zwar nicht an Parteien spenden, jedoch Parteitage durch die Anmietung von Flächen finanziell unterstützen.

Die SPD hat sich u.a. schon von Doc Morris, Pfizer oder Microsoft Parteitage sponsern lassen.³

Das Land Nordrhein-Westfalen verfügt auch über Unternehmensbeteiligungen z.B. die NRW.Bank oder an diversen Messegesellschaften.

Wir fragen daher die Landesregierung:

1. In welchem Umfang haben Unternehmen, an denen das Land NRW eine Beteiligung hält, an Parteien seit dem Jahre 2012 gespendet? (Wir bitten hier um eine Aufschlüsselung nach Partei, den Zeitpunkt, das Unternehmen sowie die Höhe der Spende.)
2. In welchem Umfang haben Unternehmen, an denen das Land NRW eine Beteiligung hält, seit dem Jahre 2012 Parteitage gesponsert? (Wir bitten hier um eine

1 <https://www.tagesspiegel.de/politik/modell-bahn-wie-parteien-geld-vom-staatskonzern-bekommen/26018202.html>

2 <https://www.abgeordnetenwatch.de/blog/lobbyismus/lobbyismus-auf-parteitagen-das-sind-die-sponsorinnen-der-parteien>

3 <https://www.cicero.de/innenpolitik/sponsoring-auf-dem-spd-parteitag-rent-a-sozi-lauterbach-pfizer-impfkampagne-booster>

Aufschlüsselung nach Partei und nach Möglichkeit der Gebiets-gliederung, den Versammlungsort, den Zeitpunkt, das Unternehmen sowie die Höhe und Art der Aufwendung. Bei letzterem interessiert uns die Modalität z.B. der Quadratmeterpreis pro Tag der Teilnahme.)

3. Nach welchen Kriterien erfolgen diese Sponsoring-Aktivitäten, sofern vorhanden?
4. Wie beurteilt die Landesregierung mögliche Sponsoring-Aktivitäten von Landesbeteiligungen?
5. Welche Art der Regulierung von Sponsoring-Aktivitäten plant die Landes-regierung z.B. ein gesetzliches Verbot, das Herbeiführen entsprechender Gesellschafterbeschlüsse, die das eben verbieten, oder sonstige Regulierungen?

Uta Opelt
Herbert Strotebeck
Sven W. Tritschler