



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos Nr. 3/2013

Im Fokus: Fundraising im Bundestagswahlkampf

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

die Würfel sind gefallen. Die Wahl ist beendet und mit ihr ein zum Ende hin doch noch in Fahrt gekommener Wahlkampf mit einem spannenden Finale.

Für alle, die sich mit politischer Bildung beschäftigen, ist ein Bundestagswahljahr besonders spannend, denn Politik wird für die gesamte Bevölkerung konkret zum Thema. Doch nicht nur mit dem Kreuz in der Wahlkabine können Parteien unterstützt werden. Bürgerinnen und Bürger dürfen und sollen sich laut Gesetzgeber auch finanziell engagieren. Ob und wie die Parteien um die finanzielle Gunst der Wählerinnen und Wähler vor der Wahl kämpften und aktives Fundraising betrieben, das haben wir in der Wahlkampfzeit beobachtet und stellen Ihnen die Ergebnisse in diesem Newsletter vor. Die Verantwortlichen der im letzten Bundestag vertretenen Parteien standen uns in einer Kurzumfrage zum Fundraising ihrer Partei vor der Wahl Rede und Antwort.

Allerdings: Sind Spendengelder an politische Parteien tatsächlich Ausdruck bürgerschaftlichen Engagements oder – gerade bei Großspenden – möglicherweise Versuche von Einflussnahmen auf die Politik? Eine Gastautorin und ein Gastautor erläutern diese zwei Positionen.

Und wie steht es um die, die sich weder finanziell noch durch den Gang zur Wahlurne engagieren? Trotz leicht gestiegener Wahlbeteiligung verzichteten erneut knapp 30% der Wahlberechtigten auf ihr Stimmrecht. Wie können diese Menschen mobilisiert werden? Und wie finanzieren sich die Mobilisierer? Auch dieser Frage sind wir nachgegangen.

Unsere Europareise macht in Österreich Halt, wo Ende September ebenfalls gewählt wurde. Daher interessierten wir uns nicht nur für den Status Quo des Fundraisings generell, sondern ebenso für die Aktivitäten der österreichischen Parteien.

Wir wünschen eine spannende Lektüre und denken Sie dran: Nach der Wahl ist vor der Wahl!

Mit freundlichen Grüßen

Daniel Kraft

Leiter Stabsstelle Kommunikation

fundraising@bpb.de



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Inhaltsverzeichnis

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine	2
Fördermittel: BAMF-Mittel für Integrationsprojekte 2014	2
Europäische Fördermittel: ERASMUS+ für Bildung, Jugend und Sport	3
Projekt »Actors of Urban Change«	3
Veranstaltung: „Fundraising für Interessenorganisationen - Politische Teilhabe aufbauen und finanzieren können!“	3
Veranstaltung: Open Transfer Camps	4
Im Fokus: Fundraising im Bundestagswahlkampf	4
2. Eine Bestandsaufnahme aus Sicht der Parteien	4
3. Parteienfundraising – Chancen und Risiken	8
Fundraising - Wahlkampfpraxis und Chancen für die Parteien	9
Parteienfinanzierung: Transparenz ermöglicht Kontrolle	10
4. Projekte zur Wählermobilisierung	10
Stell dir vor, es ist Wahl... und keiner geht hin	10
5. Weiterführende Links und Literatur	13
Weiterführende Links	13
Literatur	14
6. Europareise Fundraising: Österreich	14
„Kooperationen sind die Zukunft!“ – Gespräch mit Dr. Günther Lutschinger	14

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine

Fördermittel: BAMF-Mittel für Integrationsprojekte 2014

Für die Förderperiode 2014 plant das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) die Förderung von Projekten zur Integration von Menschen mit Migrationshintergrund mit dauerhafter Bleibeperspektive. Gefördert wird gemäß den Richtlinien („Förderrichtlinien“) zur Förderung von Maßnahmen zur gesellschaftlichen und sozialen Integration von Zuwanderinnen und Zuwanderern des Bundesministeriums des Innern (BMI) und des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ). Gefördert werden sollen altersunabhängige Projekte und Jugendprojekte mit einer Laufzeit von bis zu drei Jahren.

Antragsfrist : 31.10.2013

Weitere Informationen:

www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Integrationsprojekte/oeffentliche-bekanntmachung-foerderjahr2014-pdf.html?nn=1367536



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Europäische Fördermittel: ERASMUS+ für Bildung, Jugend und Sport

Das neue Programm für Bildung, Jugend und Sport, das am 1. Januar 2014 startet, heißt RASMUS+. Es löst das Programm für lebenslanges Lernen, Jugend in Aktion sowie die internationalen EU-Hochschulprogramme ab. ERASMUS+ ist die neue Dachmarke, im Bildungsbereich bleiben die bewährten Markennamen für die jeweiligen Bildungssektoren bestehen: LEONARDO DA VINCI (Berufliche Bildung), GRUNDTVIG (Erwachsenenbildung), COMENIUS (Schulbildung), ERASMUS (Hochschulbildung).

ERASMUS+ wird nicht wie bisher entlang der Bildungssektoren strukturiert sein. Stattdessen werden die Aktionstypen (Leitaktionen) des Programms die Architektur des neuen Programms vorgeben: 1. Lernmobilität für Einzelpersonen, 2. Strategische Partnerschaften, 3. Unterstützung politischer Reformen.

ERASMUS+ läuft von 2014 bis 2020 wird voraussichtlich mit 13 Milliarden Euro ausgestattet sein.

Weitere Informationen: <http://www.na-bibb.de/start.html>

Projekt »Actors of Urban Change«

Nachhaltige und partizipative Stadtentwicklung durch Kultur ist das Ziel von »Actors of Urban Change«, einem europaweiten, neuen Programm der Robert Bosch Stiftung in Kooperation mit MitOst e.V.

Im Mittelpunkt steht das Engagement für lokale urbane Entwicklung durch kulturelle Aktivitäten. Dabei können vielfältige Themen aufgegriffen werden: Bürgerbeteiligung, bezahlbarer Wohnraum und Gentrifizierung, Inklusion und Integration, kulturelle Vielfalt, Zugang zu (ehemals) öffentlichen Ressourcen und Räumen, nachhaltige Mobilität und Transport, Gesundheit und körperliche Aktivität oder Klimawandel. Durch lokale Projekte, Coaching und europaweiten Austausch setzen die »Akteure des städtischen Wandels« ihre Ideen und Kompetenzen praktisch um.

Die Pilotphase des Programms läuft von Sommer 2013 bis Sommer 2015. Bewerbungen sind noch bis zum 27. Oktober 2013 möglich.

Weitere Informationen: <http://www.bosch-stiftung.de/content/language1/html/47964.asp>

Veranstaltung: „Fundraising für Interessenorganisationen - Politische Teilhabe aufbauen und finanzieren können!“

Am 7. November lädt die Regionalgruppe Köln-Bonn des Fundraisingverbands zu einem Podiumsgespräch ein: Wie kann man nachhaltiges Fundraising für zivilgesellschaftliche Organisationen bewerkstelligen? Bürgerschaftliches Engagement ist erwünscht und wird allerorten gewürdigt. Aber ehrenamtliches, freiwilliges Engagement in zivilgesellschaftlichen Organisationen braucht auch professionelle Rückendeckung („Organizer“ und Infrastruktur), wenn sie längerfristig und effektiv wirken will.

Die Veranstaltung findet abends statt und ist auch für Nicht-Mitglieder offen.

Weitere Informationen: <http://www.visavis-wirkt.de/veranstaltungen/fr-regio.html>



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Veranstaltung: Open Transfer Camps

Die Initiative OpenTransfer fördert den Austausch und die Entwicklung von Wissenstransfersystemen zur Verbreitung sozialer Innovationen. Ihr Anliegen ist es, bürgerschaftliches Engagement bekannter zu machen und ehrenamtliche Projekte beim Wachstum zu unterstützen. Neben ihrer Website, die als Austausch und Plattform für Wissenstransfer und Vernetzung dient, bieten an wechselnden Orten stattfindende open Transfer CAMPs den Raum und die Möglichkeit für persönliche Begegnung und Austausch.

Die nächsten Open Transfer Camps finden am 12. Oktober in München und am 23. November 2013 in Berlin statt.

Weitere Informationen: www.opentransfer.de/#events, www.bürgermut.de

Im Fokus: Fundraising im Bundestagswahlkampf

2. Eine Bestandsaufnahme aus Sicht der Parteien

Die Parteien in Deutschland finanzieren sich aus unterschiedlichen Quellen. Einen großen Teil machen staatliche Mittel aus. Diese sind jedoch auf maximal 50% der Gesamteinnahmen begrenzt, d.h. sie dürfen nicht über den durch die Parteien selbst erwirtschafteten Einnahmen liegen. Diese unterteilen sich in Mitgliedbeiträge, Mandatsbeiträge, Spenden natürlicher und juristischer Personen sowie sonstige Einnahmen durch bspw. Beteiligungen, Vermögen, Veranstaltungen. Dadurch soll die Unabhängigkeit der Parteien von staatlichen Mitteln gewährleistet werden. Betrachtet man den Anteil der Spenden an den Gesamteinnahmen der Bundesparteien, so machte dieser im Jahr 2010 zwischen 2,1% (DIE LINKE) und 17,6% (CDU) aus.

Weitere Informationen: www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland/42237/einnahmen
(Einnahmen der Parteien)

www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland/42240/staatliche-parteienfinanzierung-i
(Staatliche Parteienfinanzierung)

Akquisos wollte wissen, welchen Stellenwert Fundraising aus Sicht der Parteien selbst hat und welche Fundraisingmaßnahmen daraus folgen. Wir baten daher die Schatzmeister/-innen aller Parteien, die in der zu Ende gegangenen Legislaturperiode im Bundestag vertreten waren, um einige kurze Statements zu den Fundraisingaktivitäten ihrer Bundespartei. Es antworteten uns:

CDU: Dr. Helmut Linssen, Bundesschatzmeister

CSU: Prof. Dipl.-Kfm. Thomas Bauer, Schatzmeister

SPD: Dr. Barbara Hendricks, Bundesschatzmeisterin

FDP: Otto Fricke, Bundesschatzmeister

DIE LINKE: Raju Sharma, Bundesschatzmeister

DIE GRÜNEN: Benedikt Mayer, Bundesschatzmeister



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos: Welchen Stellenwert hat Fundraising für Ihre Partei?

CDU: Fundraising als ganzheitlicher, systematischer Ansatz und fester Bestandteil von politischen Kampagnen hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen.

CSU: Bei den niedrigen Mitgliedsbeiträgen der CSU, wäre die heutige Arbeit der Partei ohne Fundraising nicht möglich. Fundraising ist eine wichtige Ergänzung zu den Mitgliedsbeiträgen und der öffentlichen Finanzierung.

SPD: Spenden machen bei der SPD zwischen 8 und 12 Prozent der Einnahmen der aus. Natürlich haben auch wir die Erfahrung, dass sich dies zumindest punktuell durch eine aktive Spendenarbeit verbessern lässt. Daher versuchen wir zum einen, dies auf der Ebene des Parteivorstands selbst zu tun, und zum anderen, auch in den Gliederungen der Partei für eine aktivere Spendenarbeit zu werben.

FDP: Es gehört zu den Aufgaben eines Schatzmeisters, Einnahmen zu erwirtschaften; im Falle der Parteien sind dies neben Mitgliedsbeiträgen oder möglichen Einnahmen aus Parteivermögen, vor allem Spenden aus der Bürgerschaft. Erst nachrangig kommen dazu die staatlichen Mittel, die den Parteien gewährt werden. Fundraising genießt bei uns daher einen hohen Stellenwert, insbesondere um den Wahlkampf über Spenden zu finanzieren.

DIE LINKE: DIE LINKE erhält keinerlei Spenden von Unternehmen oder Lobbyverbänden. Daher sind Spenden und Mitgliedsbeiträge unserer Mitglieder neben der staatlichen Parteienteilfinanzierung wichtig. Ohne könnten wir nicht arbeiten. Wir entwickeln permanent Konzepte, um Spenden von Mitgliedern, Freundinnen und Freunden der LINKEN einzuwerben. Schließlich ist eine Spende auch die beste Art, sich mit der Partei zu identifizieren und zu solidarisieren.

DIE GRÜNEN: Neben staatlichen Mitteln und Mitgliedsbeiträgen sind Spenden unser drittes, großes finanzielles Standbein. Spenden von Privatpersonen – Mitgliedern und Sympathisanten – werden für uns immer wichtiger. Derzeit machen diese Zuwendungen bei uns etwas über 10% der Einnahmen aus. Unternehmensspenden spielen derweil eine geringere Rolle für die Grünen.

Akquisos: Was spricht aus Ihrer Sicht dafür, aktives Parteien-Fundraising zu betreiben?

CDU: Die staatliche Parteienfinanzierung ist auf 50% der Einnahmen einer Partei begrenzt und die Parteien müssen sich überwiegend aus den eigenen Einnahmen finanzieren. Damit soll verhindert werden, dass Parteien finanziell abhängig vom Staat werden. Eigene Einnahmen wie Spenden oder Mitglieds- und Mandatsträgerbeiträge sind daher wichtige Finanzierungsquellen der Parteien. Parteien müssen sich also aktiv um Spenden bemühen. Das ist Bestandteil ihres verfassungsmäßigen Auftrages.

CSU: Demokratie ist die Basis unserer Gesellschaft. Sie zu unterstützen ist Aufgabe aller gesellschaftlichen Gruppen. Unternehmen, als wichtiger Teil der Gesellschaft und Bürger, haben Mitverantwortung, demokratische Parteien zu unterstützen, eben auch in finanzieller Form. Ich bin sehr der Meinung, dass die derzeitige Debatte innerhalb der Corporate Governance, die



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Parteispenden eher negativ beleuchtet, eine sehr scheinheilige und demokratiefeindliche Debatte ist. Es ist allzu leicht, Parteienfinanzierung abzulehnen und keine Lösungen zu bieten. Eines kann auf jeden Fall nicht sein, dass Parteienfinanzierung ausschließlich zur Aufgabe der „kleinen Leute“ über die Mitgliedsbeiträge wird.

SPD: Die Entwicklung der Beitragseinnahmen, aber auch die der staatlichen Teilfinanzierung der Parteien machen es notwendig, andere Einnahmequellen zu optimieren.

FDP: Spenden an politische Parteien sind ebenso wie Mitgliedsbeiträge und Wahlergebnisse wesentlicher Indikator ihrer gesellschaftlichen Akzeptanz. Der Gesetzgeber und das Bundesverfassungsgericht haben festgelegt, dass Parteien sich überwiegend aus nicht öffentlichen Mitteln finanzieren müssen. Versagen sie bei diesem Bemühen, laufen sie sogar Gefahr, ihnen eigentlich zustehende öffentliche Mittel zu verlieren. Schon mit Blick auf die Verfassung haben die Parteien Spenden zu generieren und sind aufgefordert, aktive Spendenakquise auch über Fundraising zu betreiben.

DIE LINKE: Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es sich lohnt, gerade auch bei schwierigen Rahmenbedingungen aktiv auf Spenderinnen und Spender zuzugehen. Nur wer fragt, kann auch bekommen, was er gerne hätte. Im Dialog zeigt sich, dass die Spendenbereitschaft recht hoch ist, wenn man Transparenz über die Verwendung der Mittel herstellt.

DIE GRÜNEN: Viele kleine und mittelgroße Spenden sind eine sehr demokratische Form der Parteienfinanzierung - und in dieser Hinsicht auch ein Stimmungsmesser: Fundraising heißt immer Kommunikation mit unseren Mitgliedern, Unterstützern und auch Kritikern in und außerhalb der Partei. Wenn wir kein überzeugendes Programm hätten, wir die Parteibasis nicht erreichen würden und mit den Mitteln nicht transparent umgingen, bekämen wir auch keine Unterstützung.

Akquisos: Wie sieht die aktuelle Fundraising-Kampagne zum Wahlkampf 2013 Ihrer Partei aus? Was ist die Grundidee?

CDU: Es gibt keine einheitliche, zentrale Kampagne. Geworben wird auf allen Ebenen der Partei und in allen Wahlkampfkreisen. Generell kann man sagen, dass das wichtigste Instrument nach wie vor die persönliche Ansprache der Spender ist. Dazu bieten z.B. die vielen Begegnungen bei Wahlkampfveranstaltungen ausreichend Gelegenheit. Es gibt aber auch zunehmend Fundraisingveranstaltungen, bei denen um Unterstützung geworben wird. Mailings sind ein weiteres wichtiges Instrument. Eine geringere, wenngleich wachsende Bedeutung hat das Online-Fundraising.

CSU: Wir bemühen uns durch viele Gespräche und Spendenbittbriefe finanzielle Unterstützung zu erhalten. Die in den USA üblichen Methoden, Spenden über das Internet einzuwerben, haben in Deutschland noch sehr wenig Wirkung.

SPD: Die Spendenarbeit der SPD kann nur Teil der Gesamtkommunikation der Partei sein. Sie ist zudem in vielerlei Hinsicht abhängig vom politischen Umfeld. Beides gilt es zu berücksichtigen. Leitend bei unseren Aktionen und Aktivitäten ist zudem die Erfahrung, dass es vor allem unsere Mitglieder sind, die in großer Zahl bereit sind, ihre Partei insbesondere im Wahlkampf - und zusätzlich zu ihren Mitgliedsbeiträgen - mit Spenden zu unterstützen.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

FDP: Bereits zum Bundestagswahlkampf 2002 hat die FDP den Bürgerfonds ins Leben gerufen, die in Deutschland erste politische Fundraising-Kampagne nach amerikanischem Vorbild. Nicht ob man eine Spende an eine Partei leistet, sondern an wen, das ist das Motto aus den USA. Dieses Bewusstsein möchte der FDP-Bürgerfonds wecken. Der Bürgerfonds dient als Instrument der modernen Wahlkampfführung der FDP und trägt zu einer neuen politischen Spendenkultur in Deutschland bei. Egal ob 5 Euro oder 500 Euro, eine Spende an den FDP-Bürgerfonds fließt ungeschmälert in den Wahlkampf der FDP. Leitmotive sind dabei Transparenz und Offenheit, denn der Bürgerfonds sucht bewusst das Licht der Öffentlichkeit, berichtet regelmäßig über die Spendenaktivitäten und gibt auch Zwischenstände über den Stand der Kampagne.

Weitere Informationen finden Sie unter www.fdp-buergerfonds.de

DIE LINKE: Das Motto ist: Statt um fünf Großspenden über 150.000 Euro werben wir um 150.000 Kleinspenden über fünf Euro bei unseren Unterstützerinnen und Unterstützern. Wir werben diese Spenden über alle Kanäle ein, die wir zur Verfügung haben. Vom Mitgliedermagazin über Wahlkampfbroschüren bis hin zum Internet und unseren Auftritten bei Facebook, Twitter oder Google+. Auf www.die-linke.de/spenden kann man online spenden; unter www.die-linke.de/plakatspende können nach dem Motto „Nachbarn eine Freude machen“ Großflächenplakate gespendet werden.

DIE GRÜNEN: Wir bitten ganz breit vor allem in der Partei um Geld- aber auch Zeitspenden! Wir haben einen sehr hohen Anteil aktiver Mitglieder, ohne deren ehrenamtliches Engagement unser Wahlkampf gar nicht möglich wäre. Wir setzen daher auf verschiedene, sich ergänzende Fundraising-Aktivitäten und Freiwilligenmanagement. Jede/r soll uns so unterstützen können, wie es ihr oder ihm möglich ist. Jeder kleine Beitrag hilft, am Ende gemeinsam unser Ziel zu erreichen. Mehr Informationen unter www.gruene.de/spende

Akquisos: Was war die erfolgreichste Fundraising-Kampagne Ihrer Partei und warum?

CDU: Das Kriterium für hohe Spendeneinnahmen war in der Vergangenheit weniger die Form der Kampagne als der politische Anlass. Zum Beispiel die Deutsche Einheit. Eine außergewöhnliche Solidarität haben wir im Jahr 2000 nach der Spendenaffäre erfahren, als die CDU sich unter Führung von Frau Merkel neu aufgestellt hat. Der Wunsch, im Jahr 2005 einen Regierungswechsel von Rot-Grün zur CDU herbeizuführen, hat uns besonders viele Spenden gebracht. Auch der Zuspruch für den Bundestagswahlkampf 2013 ist bisher außerordentlich erfreulich, aber wir wollen bis zum 22. September noch deutlich zulegen...

CSU: Diese Frage kann man leider nicht beantworten, da alle Fundraising Kampagnen in Deutschland eine völlig unbefriedigende Wirkung haben. Finanzierung der Parteien ist in der Bevölkerung Deutschlands leider nicht verankert, so dass ein befriedigender Erfolg bisher kaum möglich ist.

SPD: Die erfolgreichste Kampagne der letzten 20 Jahre war die im Rahmen des Bundestagswahlkampfes 1998. Auch wenn wir uns damals – wie auch sonst - um eine möglichst optimale Ansprache potentieller Spenderinnen und Spender bemüht haben, dürfte ein wesentlicher Grund für den Erfolg – wie zuvor angedeutet – vor allem aber in der bundespolitischen Gesamtsituation zu suchen sein.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

FDP: Die FDP hat den Bürgerfonds 2001 ins Leben gerufen. An seinen Erfolg haben wir 2005 und 2009 angeknüpft. Die Etablierung einer neuen Spendenkultur und der Aufbau einer Unterstützerkampagne ergänzen sowohl die Arbeit des Bundesschatzmeisters als auch die Wähleransprache durch die Wahlkampagne. Der Bürgerfonds ist aber nicht nur eine erfolgreiche Spendenkampagne, sondern auch eine wirksame Unterstützerkampagne. Zahlreiche Mailings haben insbesondere im Vorwahlkampf viele Kontakte mit potenziellen Wählergruppen und Spendern geschaffen. Auch durch die zahlreichen Fundraising Dinner haben sich Netzwerke von Persönlichkeiten gebildet, die die FDP glaubhaft verkörpern und eine Hilfe für einen erfolgreichen Wahlkampf sind. Rein monetär betrachtet, war das Wahljahr 2009 mit gut 5,5 Millionen Euro Spenden bislang das erfolgreichste.

DIE LINKE: Die erfolgreichste Fundraisingkampagne der Partei ist im Prinzip der Mitgliedsbeitrag. DIE LINKE hat von allen Parteien den höchsten durchschnittlichen Pro-Kopf-Beitrag. Wir wissen, dass beispielsweise viele ältere Parteimitglieder sich einen hohen Parteibeitrag von kleinen Renten abknapsen. Darauf sind wir sehr stolz, denn das ist ein starkes Symbol für die Identifikation der Mitglieder mit ihrer Partei. Darüber hinaus sind die Plakatspenden als neueres Instrument sehr erfolgreich. Jenseits der Parteibeiträge kommen die größten Spendensummen allerdings mit klassischen Mitteln rein: Spendenbrief, Spendenaufruf im MitgliederMagazin, Spendenanzeigen.

DIE GRÜNEN: Noch sind wir ja mitten im Wahlkampf, aber mein Eindruck ist, dass der zuvor beschriebene Ansatz sehr gut funktioniert und die Fundraisingaktivitäten im diesjährigen Wahlkampf die erfolgreichsten werden können. Wir haben telefonisch nach Einmal- und Dauerspenden gefragt und zum Mitmachen aufgerufen, man kann uns Großflächen-, Litfasssäulenplakate und Kinospots spenden, wir verschicken Spendenbriefe an unsere treuen Spender und rufen im Schlussspurt noch einmal vor allem online zu Unterstützung für unser 3-Tage-Wach Wahlkampffinale auf. Mitglieder und Sympathisanten können uns also auf unterschiedlichen Wegen, für unterschiedliche Dinge und in ganz unterschiedlicher Höhe spenden.

Wir danken der Schatzmeisterin und den Schatzmeistern und für ihre Teilnahme inmitten des Wahlkampfs.

3. Parteienfundraising – Chancen und Risiken

Da Parteien in Deutschland sich nicht nur aus staatlichen Mitteln finanzieren (dürfen), versuchen sie mit Fundraisingaktionen weitere Mittel wie etwa Spendengelder einzutreiben (siehe Artikel 2.). Unser Gastautor Christoph Müllerleile wirft einen Außenblick auf die Praxis im aktuellen Wahlkampf und sieht professionelles Fundraising durchaus als Chance für die Parteien. Unsere Gastautorin Christina Deckwirth von LobbyControl sieht die aktuellen Regelungen und die Praxis der Parteienfinanzierung hingegen eher kritisch und fordert höhere Transparenz.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Fundraising - Wahlkampfpraxis und Chancen für die Parteien

Von Christoph Müllerleile

Von besonderen Fundraising-Bemühungen der Parteien zur Bundestagswahl 2013 ist nichts zu spüren. Wohl gibt es auf lokaler Ebene die üblichen Aufrufe an die eigenen Mitglieder. Doch die wichtigsten „Spenden“ sind hier von je her die Zeitspenden der Aktiven, die an den Infoständen, beim Ausrichten von Veranstaltungen, Aufstellen von Plakaten und Verteilen von Hauswurfsendungen Unbezahlbares leisten. Diese Ersparniskosten tauchen in keinem Schatzmeisterbericht auf.

Der Anspruch auf Teilerstattung der Wahlkampfkosten, kostengünstige Werbespots im Fernsehen, ausgiebige Berichterstattung in den Massenmedien, die Nutzung kostengünstiger Online-Medien, freiwillige Einschränkungen durch ein strenges Parteiengesetz, Verzicht auf bezahlte Negativwerbung und Einschränkungen freier Plakatierung im öffentlichen Raum minimieren die Eigenaufwendungen der Parteien erheblich, so dass sie sich nicht unnötig dem Risiko öffentlicher Schelte wegen umstrittener Spendenpraxis aussetzen müssen. Die kleineren der 34 zur Bundestagswahl antretenden Parteien wagen wenig, um mehr öffentliche Aufmerksamkeit durch verstärkte, kostenaufwändigere Werbung zu gewinnen. Sie vertrauen auf die Gunst der öffentlichen Meinung, was - zuletzt bei den Piraten - immerhin zum Einzug in Landesparlamente führte. Ein werbearmer Wahlkampf reicht aus, um Zugang zur Wahlkampfkostenerstattung zu bekommen.

Professionelles Fundraising lohnt sich für alle Parteien, weil es bedeutet, dass unter Einhaltung der Gesetze, Berücksichtigung der Stimmung in der Bevölkerung und Wahrung aller ethischen Standards Ressourcen für politische Teilhabe gewonnen werden. Besonders wichtig ist es für kleine Bewegungen, deren Zeit gekommen ist. Sie können sich über Onlinemedien, etwa mittels Crowdfundraising, Mittel für klassische Werbung wie Plakatanschlag, Inserate, Direct Mail beschaffen, um auf Augenhöhe mit den etablierten Parteien Mitglieder, Förderer und Stimmen zu gewinnen und die nötige Infrastruktur für Nachhaltigkeit und professionelles Organisationsmanagement zu finanzieren.

Die aktuelle Gesetzgebung zur Parteienfinanzierung ist ausreichend, wenn sie nach Geist und Buchstaben angewandt wird. Immerhin wird Deutschland kaum noch von Spendenskandalen erschüttert. Misstrauen gegen Parteien und „die Politik“ gab es schon immer, und es wird nicht geringer, wenn sich Parteien mangels selbst beschaffter Mittel über den Staatstopf bedienen.

Zuwendungen an Parteien könnten sich als Teil des bürgerschaftlichen Engagements positionieren, wenn es den Parteien gelingt, ihr Ansehen in der Öffentlichkeit zu steigern. Die politische Kultur in der Bundesrepublik Deutschland entwickelt sich – im Gegensatz zu der in vielen Nachbarländern – durchaus in diese Richtung. Selbst politisch weniger interessierte Bürger erkennen am Beispiel demokratisch verfasster Länder, wie schnell das Scheitern von Parteien zum Scheitern der politischen Stabilität im Ganzen führen kann.

Dr. Christoph Müllerleile ist freier Journalist mit Spezialgebiet politisches Fundraising. Er ist Gründungsvorsitzender des Deutschen Fundraising Verbandes und langjähriger Experte für Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Parteienfinanzierung: Transparenz ermöglicht Kontrolle

Von Christina Deckwirth / LobbyControl

Die Art und Weise der Parteienfinanzierung entscheidet darüber, wie unabhängig Parteien von finanzstarken Lobby-Akteuren sind. Zwar ist es verboten, sich über Parteispenden einen direkten Vorteil zu erkaufen. Doch Spenden insbesondere von Unternehmen und Verbänden erfolgen selten frei von Hintergedanken. Parteispenden dienen der politischen Landschaftspflege. Die Spender erhoffen sich Wohlwollen für ihre Anliegen und einen besseren Zugang zu Entscheidungsträgern. Solche Einflussmöglichkeiten können sich nur die leisten, die über die nötigen Finanzen verfügen. Dadurch werden gesellschaftliche Ungleichgewichte verstetigt.

Um die Parteienfinanzierung gerecht und transparent zu gestalten, bedarf es klarer Schranken und Offenlegungspflichten. Doch daran mangelt es in Deutschland. Die Höhe von Spenden ist nicht begrenzt. Die Offenlegungspflichten sind lasch: Erst Spenden, die im Einzelfall über 50.000 Euro liegen, werden sofort veröffentlicht. Die Herkunft von Spenden unter 10.000 Euro muss noch nicht einmal in den jährlichen Rechenschaftsberichten genannt werden. Zudem bietet das Parteiengesetz viele Schlupflöcher. So etwa das Parteisponsoring: Die Höhe und Herkunft von Sponsorengeldern müssen Parteien nicht separat benennen.

Eine Reform der Parteienfinanzierung ist dringend nötig, z.B. eine sofortige Offenlegungspflicht ab 10.000 Euro. In den Rechenschaftsberichten sollten alle Spenden ab 2.000 Euro offenlegt werden. Spenden sollten auf 50.000 Euro pro Jahr und Spender begrenzt werden. Für das Parteisponsoring sollten die gleichen Transparenzpflichten wie für Spenden gelten. Schwarz-Gelb hat Reformen in den letzten Jahren verhindert. Nun liegt es an einer neuen Bundesregierung, endlich mehr Licht in die Parteienfinanzierung zu bringen.

Von Christina Deckwirth/LobbyControl, Berliner Büro

LobbyControl ist ein gemeinnütziger Verein, der über Machtstrukturen und Einflussstrategien in Deutschland und der EU aufklären will. LobbyControl setzt sich ein für Transparenz, eine demokratische Kontrolle und klare Schranken der Einflussnahme auf Politik und Öffentlichkeit.

4. Projekte zur Wählermobilisierung

Stell dir vor, es ist Wahl... und keiner geht hin

„Wählen ist das Königsrecht aller Bürgerinnen und Bürger“, sagte Bundestagspräsident Norbert Lammert vor der Wahl im Gespräch mit einer jungen Reporterin von mitmischen.de. Das sehen scheinbar nicht alle Wahlberechtigten in Deutschland so, denn viele machen von ihrem Recht keinen Gebrauch.

Auf Kommunal-, Länder- und Bundesebene war in den letzten Jahren eine sinkende Wahlbeteiligung zu verzeichnen. Einen historischen Tiefstand gab es bei der Bundestagswahl 2009 mit einer Gesamtquote von 70,8%. 2013 ist sie wieder leicht gestiegen. Die Wahlbeteiligung ist bei der Gruppe der unter 30-jährigen traditionell besonders niedrig, die Gruppe der 21- bis 24-



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

jährigen war 2009 negativer Spitzenreiter mit einer Wahlbeteiligung von nur 59,1%.

Einige Akteure hatten sich zum Ziel gesetzt, gegen diese Wahlmüdigkeit junger Menschen etwas zu tun. Da gibt es Fernsehsender wie die ARD oder Pro7, die mit ihren Sendungen „Überzeugt uns“ oder „Task Force Berlin“ versuchten, ein junges Publikum anzusprechen und Politiker/-innen möglichst lebens- und jugendnah zu präsentieren. Den direkteren Kontakt und Austausch mit Jung- und Erstwählerinnen suchten Projekte mit Titeln wie „WAHL GANG“, „Du bist die Wahl!“, „Du hast die Wahl!“ oder „Ich bin wählerisch“. Auch sie wollten junge Leute motivieren, sich mit Politik zu beschäftigen und wählen zu gehen. Wir stellen einige dieser Projekte kurz vor.

WAHL GANG 13

Die Politikfabrik, eine studentische Agentur für politische Kommunikation und Bildung, richtete sich mit der Kampagne „WAHL GANG 13“ an Erst- und Jungwähler/-innen. Eine Website, Podiumsdiskussionen mit Politikerinnen und Politikern an Schulen, Minipraktika für Schüler/-innen im Bundestag, Blogs und Videospots waren nur einige Teilprojekte der WAHL GANG.

Im WAHL BLOG etwa beschrieben sechs junge Menschen im wöchentlichen Wechsel ihren Weg zur ersten Bundestagswahl, bei der sie selbst wählen dürfen. WAHL BLOGGER Okan Beliki schreibt dort: „Junge Leute haben zu den großen Fragen unserer Zeit etwas zu sagen – das scheint die Politik allerdings nicht oft zu interessieren. Egal, ob eine immer mehr zerstörte Umwelt, eine immer älter werdende Gesellschaft oder immerzu steigende Staatsschulden: All diese Themen betreffen auch und vor allem Jugendliche. Und doch wird zumeist über ihre, über unsere Köpfe hinweg entschieden, ihre Stimme selten überhaupt angehört.“

Erstwählerkonferenzen „Du hast die Wahl“

Der Verein zur Förderung politischen Handelns organisierte drei Konferenzen für Erstwählerinnen und Erstwähler unter dem Motto „Du hast die Wahl“. Einen Tag lang konnten junge Leute zwischen 18 und 22 Jahren dort Demokratie und Politik live erleben. Es gab Probewahlen, Workshops zu den Streitfragen der Bundestagswahl und Koalitionsverhandlungen mit anschließender Pressekonferenz. Beim abschließenden politischen Speed-Dating beantworteten die Kandidatinnen und Kandidaten zur Bundestagswahl die Fragen der Teilnehmenden. „Du hast die Wahl“-Konferenzen fanden dieses Jahr in Kiel, Berlin und Bonn statt.

U18

Um Kinder und Jugendliche für Politik und die Wahlen zu interessieren, gibt es bereits seit 1996 das „Projekt U18“. Es ist die Wahl für alle unter 18 Jahren. Neun Tage vor der Bundestagswahl durften sie in eigens eingerichteten Wahllokalen ihre Stimmen abgeben. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und veröffentlicht. Auf der Internetseite wurden Zusammenfassungen der Wahlprogramme der sieben Parteien, die bei der U18-Bundestagswahl 2009 über 5% der Gesamtstimmen erhalten hatten, angeboten und Materialien für die Bildungsarbeit bereitgestellt. So konnten die Kinder und Jugendlichen selbst Unterschiede in den Partei- und Wahlprogrammen entdecken und Antworten auf politische Fragen finden.

Ich bin wählerisch

Besonders engagiert zeigte sich der Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge in Sachen Kinder- und Jugendwahl. Dort war die Beteiligung bei der U18-Wahl 2009 besonders hoch. Die Aktion Zivilcourage e. V. initiierte gemeinsam mit der TU Dresden und der Jugendzeitschrift



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

SPIESSER das Projekt „Ich bin wählerisch“, um mit den Wählern von morgen über Politik zu diskutieren und die Bundestagswahl bereits vorab zu simulieren. Interessierte Schülerinnen und Schüler wurden in einem mehrtägigen Seminar zu Experten im Bereich Politik & Wahlen ausgebildet, um in Unterrichtsstunden Diskussionen über Wahlmechanismen, Wahlprogramme und Aktivitäten von Politikern in den sozialen Medien anzuregen. Einige Schulen im Landkreis haben auch überraschenden Besuch erhalten. Prominente Musiker, Schauspieler und Sportler übernahmen eine „Vertretungsstunde“, um mit den Jugendlichen ganz ungezwungen über Politik & Wahlen zu sprechen. Die Ergebnisse der U18-Wahl wurden am 13.09.2013 bei einer Wahlparty mit Live-Musik präsentiert.

Die genannten Initiativen finanzieren sich fast ausschließlich über Fördergelder von staatlichen Institutionen wie dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, der Bundeszentrale oder den Landeszentralen für politische Bildung, vereinzelt aber auch über Mittel von privaten Stiftungen. „Es war nicht ganz einfach, die Finanzierung der Erstwählerkonferenzen zusammen zu bekommen. Bei einem Projekt dieser Größenordnung lassen sich die Kosten nicht allein über staatliche Fördergelder decken. Wir haben deshalb von vornherein eine Mischfinanzierung angestrebt. Wir haben uns sowohl um lokale als auch überregionale Förderer bemüht, viele Anträge geschrieben und konnten letztlich neben der öffentlichen Förderung zwei starke private Partner für unser Projekt gewinnen: die Initiative Pro Dialog und die Stiftung Mercator. Erst der Mix aus öffentlicher und privater Förderung hat das Projekt realisierbar gemacht, das ist ein großer Erfolg“, sagt Ute Rawert, Geschäftsführerin des Vereins zur Förderung politischen Handelns.

Links zu Projekten:

WAHL GANG: <http://www.wahlgang.de/wahlgang13/>

Erstwählerkonferenz „Du hast die Wahl 2013: <http://www.erstwaehlerkonferenz.de/>

U18 – Jugendwahl: <http://www.u18.org/das-projekt-u18/>

Ich bin wählerisch: <http://www.ichbinwaehlerisch.de/>

Videowettbewerb „Du bist die Wahl“: <http://www.dubistdiewahl.de/wettbewerb/>

Video-Interview mit Bundestagspräsident Norbert Lammert auf mitmischen.de, dem Jugendportal des Deutschen Bundestages:

http://www.mitmischen.de/diskutieren/topthemen/politikfeld_wahlpruefung/bundestagswahl/video_lammert/index.jsp



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Bundeszentrale für
politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

5. Weiterführende Links und Literatur

Weiterführende Links

Allgemeine Informationen

Alle Online-Angebote der bpb zum Thema Wahlen auf einen Blick:

<http://www.bpb.de/politik/wahlen/>

Online-Dossier Parteien in Deutschland der bpb:

<http://www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland/>

Parteienfinanzierung

Informationen des Deutschen Bundestages zum Thema Parteienfinanzierung:

<http://www.bundestag.de/bundestag/parteienfinanzierung/>

Das deutsche Parteiengesetz:

http://www.bundestag.de/bundestag/aufgaben/rechtsgrundlagen/pg_pdf.pdf

Transparency International zum Thema Parteienfinanzierung:

<http://www.transparency.de/Parteienfinanzierung.736.0.html>

Lobbypedia, ein Projekt von LobbyControl, Eintrag zum Thema Parteienfinanzierung:

<https://lobbypedia.de/wiki/Parteienfinanzierung>

„Geheime Sponsoren: Wer hat den Wahlkampf der Abgeordneten bezahlt?“ (26.09.2013)

Beitrag der Sendung „Kontraste“ (rbb) über die Transparenz von Wahlkampfspenden:

<http://www.rbb-online.de/kontraste/archiv/kontraste-vom-26-09-2013/geheime-sponsoren--wer-hat-den-wahlkampf-der-abgeordneten-bezahl.html>

Bundestagswahl 2013

Infoseite zur Bundestagswahl 2013 der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg mit Übersichten über Wahlprogramme, Wahlkampagnen und mit weiteren Artikeln zum Thema Parteienfinanzierung: <http://www.bundestagswahl-bw.de/>

Wahl-O-Mat der Bundeszentrale für politische Bildung

28 Parteien, 38 Thesen und die wichtigen Debatten der Bundestagswahl 2013: Das interaktive Online-Tool „Wahl-O-Mat“ vermittelt Politik auf spielerische Weise und zeigt, welche der zur Bundestagswahl 2013 zugelassenen Parteien der eigenen politischen Position am nächsten stehen. Über 13 Millionen Mal wurde der Wahl-O-Mat bei der Bundestagswahl 2013 benutzt.

<http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/>



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Bundeswahlkompass (in Kooperation entwickelt von den Universitäten Bamberg und Amsterdam sowie dem Wahlhilfe-Entwickler Kieskompass)

Die interaktive und webbasierte Anwendung will Wahlberechtigten eine Orientierungshilfe für die Bundestagswahl 2013 bieten. Die Nutzer können mit ihren Antworten zu 30 Thesen ihre Position in der politischen Landschaft Deutschlands herausfinden.

<http://www.bundeswahlkompass.de/>

Wahllos - Ein Team von 18 jungen Journalisten hat sich mit den Fragen auseinandergesetzt, warum die Wahlbeteiligung in Deutschland zurückgeht, wer Deutschlands Nichtwähler sind und was ihre Gründe sind, von ihrem Stimmrecht keinen Gebrauch zu machen.

www.wahllos.de

Literatur

Fundraiser-Magazin, Ausgabe 6-2012, Schwerpunktthema: **Mittel und Wege für Demokratie, Vielfalt und Toleranz**

Abrufbar im Online-Archiv unter: <http://fundraiser-magazin.de/index.php/archiv.html>

Karl-Rudolf Korte: Wahlen in Deutschland, erschienen in der Reihe Zeitbilder der Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2013.

Lobbyreport 2013: Eine Bilanz der schwarz-gelben Regierungszeit

Der Lobbyreport liefert eine Gesamtschau der Affären und Lobby-Debatten von 2009 bis 2013 und zieht Bilanz, was in fünf untersuchten Handlungsfeldern passiert ist Lobbyreport 2013, Juni 2013:

<https://www.lobbycontrol.de/wp-content/uploads/Lobbyreport2013.pdf>

6. Europareise Fundraising: Österreich

„Kooperationen sind die Zukunft!“ – Gespräch mit Dr. Günther Lutschinger

Dr. Günther Lutschinger ist seit 2007 Geschäftsführer des Fundraising Verband Austria (FVA). In dieser Zeit hat sich das Spendenaufkommen in Österreich jährlich gesteigert und erhöhte sich selbst im großkatastrophenlosen Jahr 2012 erstmals auf eine halbe Milliarde Euro*. Im September 2013 wurde in Österreich ebenso wie in Deutschland gewählt. Wir fragten nach, wie es um das politische Fundraising gestellt ist.

Weitere Informationen: www.fundraising.at

Akquisos: Herr Dr. Lutschinger, die Österreicher sind (noch) keine Spendenweltmeister, aber sie haben das Spenden anscheinend für sich entdeckt. Was sind aus Ihrer Sicht die Gründe dafür?



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Günther Lutschinger: Wir holen jetzt auf, was wir zuvor versäumt haben. Einen Hauptanteil hat die Spendenabsetzbarkeit, die für die wesentlichen gemeinnützigen Zwecke 2009 eingeführt worden ist. Davor gab es die Absetzbarkeit nur ganz eingeschränkt. Seitdem haben zwar nicht mehr Leute gespendet, aber die Durchschnitts spende ist gestiegen. Als zweites sind leider die vielen internationalen Katastrophen zu nennen. Auch sie spiegeln sich im Spendenaufkommen wider. Positiv sehen wir aber, dass das gesteigerte Volumen im Jahr darauf gehalten werden konnte. Eine Katastrophe, wie z.B. in Haiti, hat Spender mobilisiert und das Spendenniveau blieb für andere Zwecke erhalten. Die Spenderbindung hat funktioniert. Der dritte Faktor ist, dass die Professionalisierung des Fundraisings deutlich zugenommen hat. Sei es in den Instrumenten oder in der Ausbildung der Leute. Wir haben in Österreich immer mehr Organisationen, die professionelles Fundraising betreiben. Das ist ein wesentlicher Effekt für die Spendensteigerung. Mehr Organisationen bedeuten zwar mehr Konkurrenz, aber es sind auch neue Felder, z.B. die Hochschulen, dazugekommen. Die sprechen eine neue Spenderklientel an.

Akquisos: Ist das Ende der Spendenfahnenstange schon erreicht? Falls nein, wo sehen Sie noch Potenzial im Fundraising?

GL: Wir sind nach wie vor – auch verglichen mit Deutschland und der Schweiz, ein Land der Kleinspender. Es spendet zwar ein recht hoher Anteil der Bevölkerung, aber eben sehr kleine Beträge. Das Großspenderfundraising ist in Österreich wenig bis kaum entwickelt und entsprechend gibt es kaum Großspenden. Dort ist sicher das Potenzial für die Zukunft. Zwei medienträchtige Großspenden der letzten Jahre, die jeweils zu ihrem Zeitpunkt die größte Spende waren, die es in Österreich gegeben hat, haben ein nachhaltiges Signal gesetzt. Sie haben gezeigt, was auch bei uns möglich ist.

Akquisos: Sie sind auch Präsident der European Fundraising Association (EFA), kennen sich also im europäischen Fundraising gut aus. Was können andere Länder, speziell Deutschland, im Fundraising vom „kleinen“ Österreich lernen?

GL: Es steht mir natürlich nicht an, den deutschen Kollegen Ratschläge zu geben! Ich glaube aber, dass wir genauere Mailings setzen als in Deutschland, wo die Menge noch da ist. 8 oder 80 Mio. Menschen machen einen Unterschied. Die Dichte des österreichischen Marktes hat zu einer höheren Spezifizierung geführt. Unsere Organisationen müssen die Zielgruppen genauer auswählen und angehen. Daneben ist in Österreich der Fokus auf Dauerspender stärker ausgeprägt als in Deutschland. Das macht dann gerade in der Krise die Organisationen stabiler. In Richtung Spender muss generell mehr gemacht werden. Dazu müssen die Organisationen Synergieeffekte nutzen und sich zusammenschließen. Das ist in einem kleinen Land wie Österreich einfacher, wo die meisten Organisationen in Wien sitzen. Aber letztlich müssen alle Länder verstärkt in übergeordnete Kampagnen zur Spenderaufklärung und -mobilisierung investieren. Das einzelne Instrument wird langfristig nicht mehr ausreichen. Meine Botschaft ist: Kooperationen sind die Zukunft. Und die, die damit anfangen, werden die Erfolgreichen sein.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos: Eine Woche nach der deutschen Bundestagswahl finden in Österreich die Nationalratswahlen statt. Welchen Stellenwert hat Fundraising für die politischen Parteien in Österreich?

GL: Fundraising im eigentlichen Sinne machen die österreichischen Parteien nicht. Österreich hat eines der am stärksten ausgebauten Parteienfinanzierungssysteme. Wählerspendenmobilisierung findet also nicht statt. Sie werden keinen Spendenbrief finden, der zur finanziellen Unterstützung aufruft. Ich kenne auch in den Parteizentralen niemanden, der mit dem Thema beschäftigt wäre. Parteispenden gibt es dennoch. Das wissen wir aus allen möglichen Skandalen. Man wendet sich aber nur an Großspender und Unternehmen. Das wird aktiv, aber fern der Öffentlichkeit betrieben. Es ist eben ein staatlich finanziertes System. Ich hielte es jedoch für demokratiepolitisch vernünftiger, dass mehr Leute sich auch finanziell engagieren, um die Parteien unabhängiger von staatlicher Finanzierung zu machen. Da ist zu viel Nähe, denn das Parteienfinanzierungsgesetz beschließen ja die Parteien wieder selber.

Akquisos: Herr Dr. Lutschinger, vielen Dank für das Gespräch!

*Österreichischer Spendenbericht 2012 abrufbar unter:

<http://fundraising.at/LinkClick.aspx?fileticket=omVuGp1Cdrk%3d&tabid=394&language=de-DE>

Impressum

Herausgeber:

Bundeszentrale für politische Bildung / bpb

Redaktion:

Katharina Reinhold (freiberufliche Redakteurin, Köln)

Danielle Böhle (GOLDWIND, Kommunikationsberatung für gemeinnützige Organisationen, Köln)

Daniel Kraft (verantwortlich)

E-Mails an die Redaktion: fundraising@bpb.de

Akquisos online bestellen oder abbestellen unter:

www.bpb.de/newsletter/akquisos

Folgen Sie Akquisos bei Facebook:

<http://www.facebook.com/akquisos>