



**SPD**

***Finanzbericht***  
**der Schatzmeisterin**

**2009**  
**2010**

**Parteitag Berlin 4. bis 6. Dezember 2011**





**SPD**

***Finanzbericht***  
**der Schatzmeisterin**

**2009**  
**2010**

Parteitag Berlin 4. bis 6. Dezember 2011

**Sozialdemokratische Partei Deutschlands**

Willy-Brandt-Haus  
Wilhelmstr. 141  
10963 Berlin  
Tel. 030.25991-0

[www.spd.de](http://www.spd.de)

Verantwortlich Dr. Barbara Hendricks MdB  
Erschienen November 2011

Druck Druckerei Conrad GmbH  
Gestaltung koko-berlin.de

Bestell-Nr. 9410224

## **Inhalt**

<b>Vorwort</b>	6
<b>I. Die Finanzen der Partei</b>	8
<b>1. Einnahmeentwicklung</b>	8
1.1 Die Einnahmen aus Beiträgen	8
1.2 Die staatliche Teilfinanzierung	9
1.3 Die Einnahmen aus Spenden	9
1.4 Die Einnahmen aus Sponsoring	11
1.5 Die Einnahmen aus Vermögen	13
1.6 Parteiinterner Finanzausgleich	13
<b>2. Mittelbewirtschaftung und Haushaltsentwicklung</b>	14
2.1. Mitgliederverwaltung	16
<b>3. Strukturhilfen für die ostdeutschen Landesverbände</b>	16
<b>4. Der Unternehmensbereich</b>	17
4.1 Konzentration GmbH	17
4.2 Verwaltungsgesellschaft Bürohaus Berlin mbH	19
4.3 Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH	21
<b>II. Finanzen der Gesamtpartei für das Jahr 2009 im Vergleich</b>	25

## Vorwort

### Liebe Genossinnen und Genossen,

in den vergangenen zwei Jahren waren die Vorbereitungen zur Parteireform ein Meilenstein der Arbeit. Als Schatzmeisterin galt mein besonderes Augenmerk selbstverständlich der Finanzordnung. Besonderen Wert lege ich auf Möglichkeiten zur Entlastung von Ortsvereinen.

An die ehrenamtlichen Kassiererinnen und Kassierer, denen ich herzlich für ihre Arbeit danke, werden höhere Anforderungen bei Kassenführung und Rechenschaftsbericht gestellt. Deswegen habe ich mich dafür eingesetzt, den Ortsvereinen die Möglichkeit zu eröffnen, auf eine eigenständige Kassenführung zu verzichten oder auch die Buchführungsaufgaben Dritten zu übertragen. Ich unterstütze alle Bestrebungen, den Ortsvereinen über die Entlastung von aufwändigen Verwaltungsaufgaben mehr Freiraum für politische Arbeit zu schaffen.

Nach dem Auftrag des Grundgesetzes wirken die politischen Parteien bei der Willensbildung des Volkes mit. Es handelt sich also um einen öffentlichen Auftrag unseres demokratischen Gemeinwesens, für dessen Finanzierung nicht allein die Mitglieder der Parteien verantwortlich sind. Die SPD finanziert sich überwiegend aus Beiträgen ihrer Mitglieder und aus Spenden. Und nach wie vor bleiben unsere Mitglieder die wichtigsten Spender – viele Mitglieder beteiligen sich je einzeln mit überschaubaren Beiträgen. Großspenden aus der Wirtschaft erhält die SPD verhältnismäßig wenige. Die staatliche Finanzierung trägt nicht einmal zu einem Viertel zu unseren Einnahmen bei.

Dennoch kann auch die SPD ihre verfassungsgemäßen Aufgaben nur dann ausreichend erfüllen, wenn die staatliche Teilfinanzierung angemessen ist. Nach fast 10 Jahren Stillstand war eine Anpassung erforderlich. Das Parteiengesetz sieht vor, dass der Bundestag nach Veröffentlichung der Rechenschaftsberichte – also jährlich – über die Erhöhung der absoluten Obergrenze entscheiden soll. Im Jahr 1994 betrug diese Obergrenze für alle Parteien zusammen 230 Mio. DM. Seither hat der Bundestag lediglich zweimal eine Erhöhung beschlossen: ab dem Jahr 1999 auf 245 Mio. DM und ab 2002 auf 133 Mio. Euro. Seitdem hat es trotz Preisanstiegs für parteispezifische Ausgaben keine Anpassung der absoluten Obergrenze gegeben; es hat also eine Abkoppelung der Finanzierung der politischen Parteien von der allgemeinen Preis- und Lohnentwicklung stattgefunden. Ab dem Jahr 2011/2012 wird nun die absolute Obergrenze angehoben, anschließend erfolgt eine jährliche Anpassung entlang der vom Statistischen Bundesamt festgestellten Kostenentwicklung. Ich bin froh, dass der Deutsche Bundestag dies im Juli 2011 einvernehmlich beschlossen hat.

Unser Unternehmensbereich trägt weiterhin stabil zu den Einnahmen der SPD bei. Den größten Teil ihrer Einnahmen erzielt die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH mit ihren Medienbeteiligungen; dabei handelt es sich überwiegend um Beteiligungen an regionalen Tageszeitungen. Trotz des kontinuierlichen Rückgangs verkaufter Zeitungsexemplare und des rückläufigen Anzeigenge-

schäfts konnte wieder ein respektables Ergebnis erzielt werden. Aus Gründen der gebotenen kaufmännischen Vorsicht haben wir jedoch in der Bilanz des Jahres 2010 Wertberichtigungen vorgenommen. Dieser außerordentliche Aufwand führt zwar zu einem negativen Jahresergebnis, spiegelt jedoch nicht die wirtschaftliche Lage wider.

„Die SPD legt sich ein Traumschiff zu“ – „Traumschiff soll Kassen der SPD füllen“ – diese und ähnliche Schlagzeilen ließen sozusagen die Wogen hochschlagen. Anders als von manchen Medien fälschlich berichtet, haben weder die SPD noch der Unternehmensbereich die MS Princess Daphne gekauft. Sie ist und bleibt im Eigentum des Reeders, der in Portugal ansässig ist. Den Betrieb des Schiffes (Mannschaft, Hotelbetrieb und alle nautischen Fragen) verantwortet der Reeder. Das Schiff verfügt über das ITF Blue Certificate der Internationalen Transportarbeiter-Föderation (International Transport Workers' Federation, ITF). Dieses Zertifikat bescheinigt, dass Heuern und Arbeitsbedingungen an Bord von der ITF gebilligt wurden. Die ITF ist ein internationaler Gewerkschaftsbund, dem in Deutschland unter anderem die Gewerkschaft ver.di angehört. Das Schiff wird vom SPD-Reiseservice unter der Marke Ambiente-Kreuzfahrten vermarktet. Für die Vermarktung erhält Ambiente eine Provision. Ambiente ist also vielmehr eine Vertriebsgesellschaft, keine Reederei! Der SPD Reiseservice veranstaltet bereits seit ca. 20 Jahren Kreuzfahrten. Üblich sind ein bis zwei Reisen pro Jahr in Vollcharter und weitere Reisen, für die Teilkontingente gebucht werden.



Foto: Florian Jaenicke

Dr. Barbara Hendricks MdB, Schatzmeisterin der SPD

Im vergangenen Jahr ist ein langjähriger Partner des Reiseservices in Insolvenz geraten. Dadurch fiel ein für 2011 zweimal gebuchtes Schiff weg. In Gesprächen mit anderen Anbietern, um Ersatz für die Saison 2011 zu finden, ergab sich das Angebot, ein Schiff der nachgefragten Größe und Ausstattung selber am deutschen Markt vertreiben zu können. Hierfür werden übrigens 11 neue Arbeitsplätze in Berlin beim Reiseservice geschaffen.

Eure

Barbara Hendricks

## I. Die Finanzen der Partei

### 1. Einnahmeentwicklung

#### 1.1 Die Einnahmen aus Beiträgen

Auch in den Jahren 2009 und 2010 stellten die Einnahmen aus Beiträgen die wichtigste Finanzierungsquelle der Partei dar. In Summe betragen sie in den beiden Berichtsjahren insgesamt 91,75 Mio. Euro, das sind ca. 2,48 Mio. Euro weniger als in den Jahren 2007 / 2008. Im Einzelnen erzielte die Partei im Jahr 2009 Beitragseinnahmen i.H.v. 46,03 Mio. Euro und in 2010 i.H.v. 45,72 Mio. Euro. Das entsprach 26,6 % der Gesamteinnahmen in 2009 (Wahljahr mit erhöhtem Spendenaufkommen) und 31,1 % der Gesamteinnahmen 2010.

Der seit einigen Jahren zu beobachtende Trend sinkender Beitragseinnahmen hat sich auch in den vergangenen zwei Jahren fortgesetzt. Dafür ist insbesondere die weiter sinkende Mitgliederzahl verantwortlich: Waren zum 31.12.2009 noch ca. 512.500 Menschen Mitglied der Sozialdemokratischen Partei, so waren es zum Jahresende 2010 noch 502.000 (-2 %). Im Jahresdurchschnitt hatten wir 2009 noch 516.750 Mitglieder, die einen durchschnittlichen Monatsbeitrag von 7,42 Euro entrichteten. Im Jahr 2010 waren es jahresdurchschnittlich noch gut 507.000 Mitglieder mit einem leicht erhöhten monatlichen Durchschnittsbeitrag von 7,51 Euro. Anders gewendet: der Verlust von 1000 Mitgliedern bedeutet, dass neben dem damit ver-

bundenen Verlust an Engagement, Vernetzung und Wissen zusätzlich fast 100 TEuro für die politische Arbeit fehlen. Jahr für Jahr.

Für die zukünftige Beitragsentwicklung ist nicht nur die absolute Zahl der Mitglieder von Bedeutung, sondern auch die demografische Zusammensetzung der Mitgliedschaft: es zeigt sich, dass Genossinnen und Genossen, die aus der aktiven Berufsphase ausscheiden, ihre Beiträge häufig senken. Darunter litt das Beitragsaufkommen bereits in der Vergangenheit und dieser Effekt wird auch in den nächsten Jahren zu beobachten sein, sofern es nicht gelingt, mehr junge Menschen für die Politik der SPD zu begeistern und sie zum Eintritt in die SPD zu bewegen.

Unsere Finanzordnung sieht die jährliche Anpassung der Beiträge entsprechend der nominalen Steigerung des durchschnittlichen Nettoeinkommens vor, das durch das Bundesamt für Statistik ermittelt wird. Die Beiträge von Mitgliedern ohne Einkommen oder mit geringem Einkommen in Höhe von 2,50 Euro / Monat sind hiervon ausgenommen.

Die Erhöhungen betragen im Jahr 2009 1,2 % und in 2010 0,5 %. Die große Mehrheit der Mitglieder hat diese maßvollen Erhöhungen – wie schon in den Vorjahren – mitgemacht. Lediglich grob 1 % aller Mitglieder haben von ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch gemacht. Das entsprach etwa der Größenordnung der Vorjahre.

Die kontinuierliche Anpassung der Beiträge ist insbesondere für die Landesverbände und Bezirke sowie die ihnen nachgeordneten Gebietsverbände von besonderer Bedeutung, erhalten sie doch 85 Cent von jedem Beitragseuro (der Parteivorstand erhält die verbleibenden 15 Cent) und finanzieren damit die Politik in der Region und vor Ort.

Neben den regulären Mitgliedsbeiträgen leisten auch die Mandatsträgerinnen und Mandatsträger einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung unserer politischen Arbeit. Die Einnahmen aus Mandatsträgerbeiträgen erreichten im Jahr 2009 insgesamt 22,3 Mio. Euro und 2010 22,4 Mio. Euro. Das entsprach etwa 13 % der Gesamteinnahmen 2009 und 15 % der Gesamteinnahmen 2010.



### 1.2 Die staatliche Teilfinanzierung

Die staatliche Parteienfinanzierung basiert auf zwei Säulen:

- der Zahl der Wählerstimmen, die bei den jeweils letzten Landtags-, Bundestags- und Europawahlen erzielt wurden,
- und der Summe der Zuwendungen von natürlichen Personen (bis zu 3.300 Euro je Person): dazu gehören die Mitgliedsbeiträge, die Mandatsträgerbeiträge und die Spenden.

Die Wählerstimmen und die Beiträge und Spenden, die die Bürgerinnen und Bürger einer Partei zu geben bereit sind, gelten als Maßstab für den Grad der Verwurzelung der Partei in der Bevölkerung. Je stärker eine Partei von Mitgliedern und Bürgerinnen und Bürgern finanziell unterstützt wird und je mehr Wählerstimmen sie auf sich vereinigen kann, desto höher ist ihr Anteil an den staatlichen Mitteln.

Der Gesamtbetrag der staatlichen Mittel für alle Parteien lag seit dem 1. Juli 2002 bei 133 Mio. Euro. Die SPD erhielt

2009 insgesamt 39,64 Mio. Euro und 2010 insgesamt 38,97 Mio. Euro. Damit entsprachen die Einnahmen aus staatlichen Mitteln einem Anteil von ca. 23 % im Jahr 2009 und von ca. 26 % im Jahr 2010 an den Gesamteinnahmen. Die 2011 erfolgte Novellierung des Parteiengesetzes führte zu einer Erhöhung der Obergrenze ab 2011. Die Obergrenze wird 2011 141,9 Mio. Euro betragen und 2012 150,8 Mio. Euro. Ab 2013 erfolgt eine jährliche Anpassung entlang der vom Statistischen Bundesamt festgestellten Kostenentwicklung.

### 1.3 Die Einnahmen aus Spenden

2009, im Jahr der letzten Bundestagswahl, erzielte die SPD annähernd 11 % ihrer Einnahmen aus Spenden. Diese rund 18,8 Mio. Euro stammten vor allem von Mitgliedern der Partei, aber auch von sympathisierenden Bürgerinnen und Bürgern. Spenden von Unternehmen trugen mit etwa 4,2 Mio. Euro zu diesem insgesamt positiven Ergebnis bei.

Im Jahr 2010 ging der Anteil der Spenden an den Gesamteinnahmen der Partei auf etwa 6,5 % (9,55 Mio. Euro) zurück.

#### ■ Anteil der Spenden an den Gesamteinnahmen der im Bundestag vertretenen Parteien 1998 - 2009

Jahr	SPD	in %	CDU	in %	CSU	in %	CDU / CSU	Grüne	in %	FDP	in %	Linke	in %
1998	18.836	12,10	33.762	26,22	12.536	37,39	46.298	5.847	20,07	11.178	44,29	3.784	19,16
1999	17.236	11,01	33.368	25,20	7.806	23,94	41.174	5.140	19,57	9.741	41,49	3.839	18,43
2000	12.631	8,46	28.512	21,79	6.935	24,74	35.447	4.311	18,37	7.989	35,59	3.486	17,33
2001	16.528	10,33	25.459	19,43	10.887	31,48	36.346	5.121	21,48	10.799	41,98	3.699	18,05
2002	17.334	10,92	30.453	21,50	18.872	40,95	49.325	5.282	20,06	13.745	43,58	3.750	17,12
2003	10.445	5,81	17.397	12,45	9.717	20,49	27.114	3.434	13,12	7.351	26,50	1.753	7,91
2004	13.144	7,72	27.684	18,27	6.278	15,76	33.962	3.637	14,32	8.725	29,70	2.001	9,51
2005	14.165	8,38	35.585	22,35	9.353	22,53	44.938	4.430	16,65	11.752	36,20	2.231	9,92
2006	12.292	7,36	22.866	15,61	6.072	15,85	28.938	3.447	13,28	8.055	27,08	1.638	7,24
2007	10.569	6,73	19.079	13,40	10.671	24,55	29.750	3.212	12,29	7.073	22,33	1.545	6,89
2008	12.996	7,76	21.113	14,27	17.510	34,66	38.623	3.909	14,28	9.131	28,60	2.258	8,96
2009	18.762	10,82	41.120	25,27	9.071	21,61	50.191	5.445	17,82	16.185	37,42	2.878	10,56
1998 - 2009	174.938		336.398		125.709		462.106	53.214		121.723		32.861	

Angaben in Tsd. Euro, in Prozent: Anteil an den Gesamteinnahmen, Quelle: Öffentl. Rechenschaftsberichte der Parteien

Auch diese Entwicklung in den Jahren nach einer Bundestagswahl entspricht den Erfahrungen.

Eine vergleichbare Entwicklung zeigte sich auch bei den Spendeneinnahmen des Parteivorstands: Konnten die Spendeneinnahmen im Jahr 2009 auf knapp 2,1 Mio. gesteigert werden, sanken sie im Jahr 2010 auf etwa 840.000 Euro.

Seit 1998 sind die Spendeneinnahmen der Partei von Bundestagswahljahr zu Bundestagswahljahr gesunken. Es ist erfreulich, dass diese Entwicklung gestoppt wurde und die Gesamtpartei, aber auch der Parteivorstand, ihre Spendeneinnahmen im Jahr 2009 gegenüber 2005 steigern konnten.

Weniger erfreulich ist hingegen, dass sich der Abstand zum Spendenerfolg der Christlich Demokratischen Parteien 2009 erneut vergrößert hat: CDU / CSU erzielten 2009 Spendeneinnahmen von über 50 Mio. Euro. Von 1998 bis 2009 haben beide Parteien damit über 287 Mio. Euro mehr an Spenden eingenommen als die SPD.

Nach wie vor ist der Brief das wichtigste Mittel für die Spendenwerbung des Parteivorstands. Dieses Instrument gewinnt auch bei vielen Gliederungen an Bedeutung, vor allem bei den Landesverbänden und Bezirken der Partei. Auf der Ebene der Ortsvereine aber ist es nach wie vor die persönliche Ansprache, die zu einem großen Teil der Spendeneinnahmen führt.

Im Bundestagswahlkampf 2009 wurden aber auch weitere Techniken getestet. Mit dem Spendenplakat – der Möglichkeit, für ein Wahlplakat an einem bestimmten Standort zu spenden – wurde ein vielversprechender und ausbaufähiger Ansatz gemacht.

Eine interessante Ergänzung kann künftig auch die Möglichkeit bieten, mit dem Versand einer SMS vom Mobiltelefon kleinere einstellige Beträge zu spenden. Das Online-Spendentool auf der Internetseite der SPD wurde weiterentwickelt und konnte einen erneut wachsenden Beitrag zu den Spendeneinnahmen des Parteivorstands leisten.

### ■ Anteil der Spenden juristischer Personen an den Gesamteinnahmen der im Bundestag vertretenen Parteien 1998 - 2009

Jahr	SPD	in %	CDU	in %	CSU	in %	Grüne	in %	FDP	in %	Linke	in %
1998	3.868	2,48	10.867	8,44	4.838	14,43	166	0,57	3.362	13,32	57	0,29
1999	3.184	2,03	9.093	6,87	3.089	9,48	200	0,76	1.617	6,89	67	0,32
2000	1.746	1,17	5.310	4,06	2.666	9,51	175	0,75	1.500	6,53	23	0,12
2001	3.194	2,00	7.093	5,41	3.438	9,94	591	2,48	2.190	8,51	63	0,31
2002	3.440	2,17	9.606	6,78	7.280	15,80	1.055	4,01	3.142	9,96	52	0,24
2003	1.650	0,92	4.612	3,30	3.462	7,30	279	1,07	1.165	4,20	28	0,13
2004	2.039	1,19	7.938	5,24	2.172	5,45	371	1,46	1.707	5,80	44	0,21
2005	3.282	1,94	15.008	9,43	4.255	10,25	948	3,56	3.920	12,10	35	0,16
2006	2.472	1,48	7.461	5,09	2.290	5,98	413	1,59	2.065	6,94	31	0,14
2007	2.095	1,33	6.661	4,68	3.318	7,63	383	1,47	1.878	5,93	20	0,09
2008	2.668	1,59	7.527	5,09	6.390	12,65	492	1,80	2.688	8,42	109	0,43
2009	4.217	2,43	14.949	9,19	4.114	9,80	919	3,01	5.797	13,40	178	0,65
1998 - 2009 Durchschnitt	33.854	1,73	106.125	6,13	47.312	9,85	5.992	1,88	31.031	8,50	708	0,26

Angaben in Tsd. Euro, in Prozent: Anteil an den Gesamteinnahmen, Quelle: Öffentliche Rechenschaftsberichte der Parteien

#### 1.4 Die Einnahmen aus Sponsoring

Im Berichtszeitraum haben zwei Bundesparteitage stattgefunden. Der ordentliche Bundesparteitag 2009 in Dresden und der eintägige Bundesparteitag 2010 in Berlin. Das waren die Haupteinnahmequellen für Sponsoring bzw. von Ausstellermieten.

Daneben wurden regelmäßig stattfindende Veranstaltungen, wie der Empfang zur Berlinale und die Bundeskonferenzen der Arbeitsgemeinschaften, von Sponsoren unterstützt. Insgesamt machen diese Einnahmen weniger als 1% der Gesamteinnahmen der SPD aus.

Das Sponsoring hat sich in den vergangenen Jahren zu einer tragenden Säule für die Finanzierung von großen Veranstaltungen entwickelt. Wir sind bei der Organisation jedoch darauf bedacht, Flächen auch kostenlos Initiativen und Verbänden zur Verfügung zu stellen, die nicht von der Wirtschaft getragen werden. Wir streben eine ausgewogene Mischung von nichtkommerziellen und kommerziellen Ausstellern an.

Obwohl wir seit Ende 2009 nicht mehr im Bund regieren, hat das Interesse von Unternehmen und Verbänden an Ausstellungsfläche nicht nachgelassen.

Auch die sog. Rüttgers-Affäre und die Sponsoringaffäre der CDU in Sachsen 2010, in denen mutmaßlich Sponsoren Gesprächszeit mit Politikern gegen Bezahlung angeboten wurde, hat sich nicht negativ auf die Zusammenarbeit ausgewirkt. Die Bundestagsverwaltung hat die Sponsoringpraxis der CDU in Nordrhein-Westfalen geprüft und keinen Verstoß gegen das Parteiengesetz festgestellt. Es fehlten konkrete Anhaltspunkte.

Wir konnten das Ergebnis der Untersuchung nicht nachvollziehen. Um die öffentliche Debatte zu versachlichen, haben wir bei Prof. Dr. Hans Michael Heinig von der Universität Göttingen ein Rechtsgutachten in Auftrag gegeben mit dem Titel *Gutachten zur Bewertung unterschiedlicher Formen der Werbung von Unternehmen auf Parteienveranstaltungen und ähnlicher Formen des Sponsorings nach dem Parteiengesetz*.

Demnach ist Sponsoring von Parteiveranstaltungen parteien-



Foto: Markus van Offern

Dr. Barbara Hendricks am Stand des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes auf dem Bundesparteitag 2010

rechtlich erlaubt, sogar wünschenswert, um die eigenständige Finanzierung zu fördern. Das Angebot politischer Gespräche mit Regierungsmitgliedern sind untaugliche Gegenleistungen im Rahmen eines Sponsoringvertrags. Es handelt sich im Ergebnis dabei nicht um ein Sponsoring, sondern um eine unzulässige Parteispende. Das Parteiengesetz ist da eindeutig.

Wie so häufig, hatte die alle Parteien unter Generalverdacht stellende Berichterstattung zur Folge, dass eine Änderung des Parteiengesetzes gefordert wurde. Sinnvolle Änderungen, die das Maß an Transparenz erhöhen, z. B. die Veröffentlichungspflicht ab einer bestimmten finanziellen Höhe, würden wir als SPD unterstützen. Voraussetzung wäre, dass eine solche Änderung von einer gemeinsamen Initiative aller im Bundestag vertretenen Parteien getragen würde.

Eine Diskussion um das Sponsoring im Rahmen der Bundesparteitage fand auch innerhalb der SPD statt. Auf dem eintägigen Bundesparteitag 2010 in Berlin haben die Delegierten beschlossen, dass der SPD-Parteivorstand einen Richtlinienkatalog erstellen solle, in welchem ethische und politische Festlegungen für die Auswahl von Sponsoren der SPD-Parteitage getroffen werden.

Der SPD-Parteivorstand hat am 5. September 2011 dazu einstimmig folgende Richtlinie verabschiedet:

### **Sponsoring-Richtlinie des SPD-Parteivorstands für Bundesparteitage**

Sponsoring ist eine zulässige Form der Parteienfinanzierung. Vor dem Hintergrund sinkender Einnahmen und steigender Ausgaben ist Sponsoring für uns unerlässlich.

Unter Sponsoring verstehen wir das Angebot eines werbewirksamen Auftritts an Unternehmen und Verbände. Als Gegenleistung erhalten wir eine finanzielle Leistung oder eine Sach- oder Dienstleistung. Leistung und Gegenleistung müssen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen.

Es handelt sich, anders als bei einer Spende, um eine geschäftliche Beziehung, die Teil des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs einer Partei ist und der Steuerpflicht unterliegt.

Zum Sponsoring zählt auch die Vermietung von Standfläche für einen Messestand im Rahmen einer Veranstaltung.

Die Präsentation als Aussteller ist die häufigste Form des Sponsorings bei der SPD. Insbesondere zum Gesamtbild eines Bundesparteitags gehört der Ausstellerbereich. Dort stellen sich die Gliederungen der Partei, parteinahe Organisationen und Nichtregierungsorganisationen sowie Verbände und Wirtschaftsunternehmen vor. Der Ausstellerbereich dient als Kommunikationsplattform für Parteitag delegierte, Gäste und die RepräsentantInnen an den Ständen.

Die Mietzahlungen der Aussteller aus dem Bereich der Wirtschaft und deren Verbände tragen dazu bei, den Bundesparteitag finanzieren zu können.

Parteilgliederungen, Verbände und NGOs, die nicht von der Wirtschaft getragen werden, können sich kostenlos präsentieren.

Der Parteivorstand ist bestrebt, eine ausgewogene Mischung zwischen nichtkommerziellen und kommerziellen Ausstellern zu ermöglichen.

### **Ausschlusskriterien**

Am Beginn jeder Entscheidung über das Einwerben oder Akzeptieren von Sponsoringleistung ist zu prüfen, ob das Unternehmen oder das beworbene Produkt – sein Charakter, seine Herstellungsweise – im Widerspruch zum sozialdemokratischen Programm stehen.

Ausgeschlossen ist eine Zusammenarbeit mit Unternehmen:

- die keine ArbeitnehmerInnenvertretung zulassen
- die keinen Mindestlohn zahlen
- die Kinderarbeit in ihrer internationalen Produktionskette zulassen
- die Verbindungen zur rechtsextremen Szene pflegen
- die überwiegend Rüstungsgüter produzieren
- die überwiegend Atomstrom liefern
- die den gesetzlichen Jugendschutz nicht beachten

Widerstreitende Ansichten über politische Wege und Ziele gehören zu unserer Demokratie und sind kein Ausschlussgrund. Wir stellen uns als Partei gerne der Diskussion. Sinn und Zweck des Ausstellerbereiches ist der Austausch von Informationen und von Argumenten im persönlichen Gespräch.

### **Werbeeinschränkungen**

Sexistische und kriegsverherrlichende Inhalte sowie Darstellungen, die das Persönlichkeitsrecht verletzen, werden bei der werblichen Präsentation der Aussteller / Sponsoren nicht geduldet.

**Verantwortlichkeiten**

Die Liste der Sponsoren / Aussteller wird von der Schatzmeisterin / dem Schatzmeister, in deren / dessen Verantwortung das Sponsoring liegt, dem Präsidium der SPD vorgelegt. Das Präsidium wägt ab und entscheidet über eine mögliche Unvereinbarkeit.

**Formale Vorgaben:**

- Leistung und Gegenleistung eines Sponsorings werden vertraglich geregelt.
- Es gelten in der Zusammenarbeit die Datenschutzrichtlinien des Parteivorstands.

**1.5 Einnahmen aus Vermögen**

Einnahmen aus Vermögen erhält die Partei insbesondere aus der jährlichen Ausschüttung der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg). Wurden in der vorangegangenen Berichtsperiode (2007 / 2008) noch insgesamt 20 Mio. Euro ausgeschüttet, so waren es 2009 / 2010 noch knapp 18,3 Mio. Euro (alle Angaben jeweils vor Steuern).

Grob die Hälfte dieser Ausschüttungen wurden für den weiteren Abbau der Finanzierungslasten des Willy-Brandt-

Hauses aufgewendet, ein weiterer Teil diente der Bedienung der auf die Bruttoausschüttungen entfallenden Steuern bzw. stand unmittelbar für die Parteiarbeit zur Verfügung.

**1.6 Parteiinterner Finanzausgleich**

Seit der Umstellung der staatlichen Parteienfinanzierung von der Wahlkampfkostenerstattung auf allgemeine staatliche Zuschüsse im Jahre 1994 gibt es einen besonderen Finanzausgleich zwischen dem Parteivorstand und den Landesverbänden bzw. Bezirken.

Die Einbeziehung der Zuwendungen neben den erzielten Wählerstimmen als Basis für die Verteilung der staatlichen Mittel führte zu Verschiebungen gegenüber der früher nur auf dem Wähleranteil basierenden staatlichen Finanzierung. Besonders die Bundesländer mit großer Mitglieder-dichte waren deutlich im Vorteil. Diese Ungleichgewichte müssen ausgeglichen werden.

Die Verteilung der staatlichen Mittel zwischen Landesverbänden und Parteivorstand hat sich seit 1991 entsprechend der Tabelle entwickelt.

Während bis 1993 die staatlichen Mittel für die SPD zu 30 % an die Landesverbände und zu 70 % an den Parteivorstand gingen, beträgt dieses Verhältnis inzwischen 34 % für die Landesverbände und 66 % für den Parteivorstand.

**■ Verteilung aus staatlichen Mitteln in Tausend Euro**

	1991 – 1993 Ø pro Jahr		1994 – 2001 Ø pro Jahr		2002 – 2010 Ø pro Jahr		Veränderungen ggü. 1991 – 1993	
	TEuro	%	TEuro	%	TEuro	%	TEuro	%
Landesverbände von den Landtagen aus Finanzausgleich	13.302 0		7.403 8.141		5.450 8.923			
LV-Gesamt	13.302	30 %	15.544	33 %	14.373	34 %	1.071	8,1 %
Parteivorstand	<b>30.996</b>	<b>70 %</b>	<b>31.541</b>	<b>67 %</b>	<b>28.459</b>	<b>66 %</b>	<b>-2.573</b>	<b>-8,2 %</b>
SPD-Gesamt	44.298	100 %	47.085	100 %	42.832	100 %	-1.466	-3,3 %

*Die Gesamtsumme der staatlichen Mittel für alle Parteien ist durch eine absolute Obergrenze begrenzt; von 1991 bis 1997 auf 117,59 Mio. Euro (= 230 Mio. DM), von 1998 bis 2001 auf 125,27 Mio. Euro (= 245 Mio. DM), von 2002 bis 2010 auf 133 Mio. Euro.*

Der Zuwachs an staatlichen Mitteln ist über den partei-internen Finanzausgleich überwiegend an die Landesverbände gegeben worden.

Seit 1994 erfolgt eine Festlegung der Verteilung der staatlichen Mittel auf ein Drittel für die Landesverbände und Bezirke und zu zwei Dritteln für den Parteivorstand. Dem steht die Beitragsverteilung von 85 % zu 15 % zugunsten der Gliederungen gegenüber.

## 2. Mittelbewirtschaftung und Haushaltsentwicklung

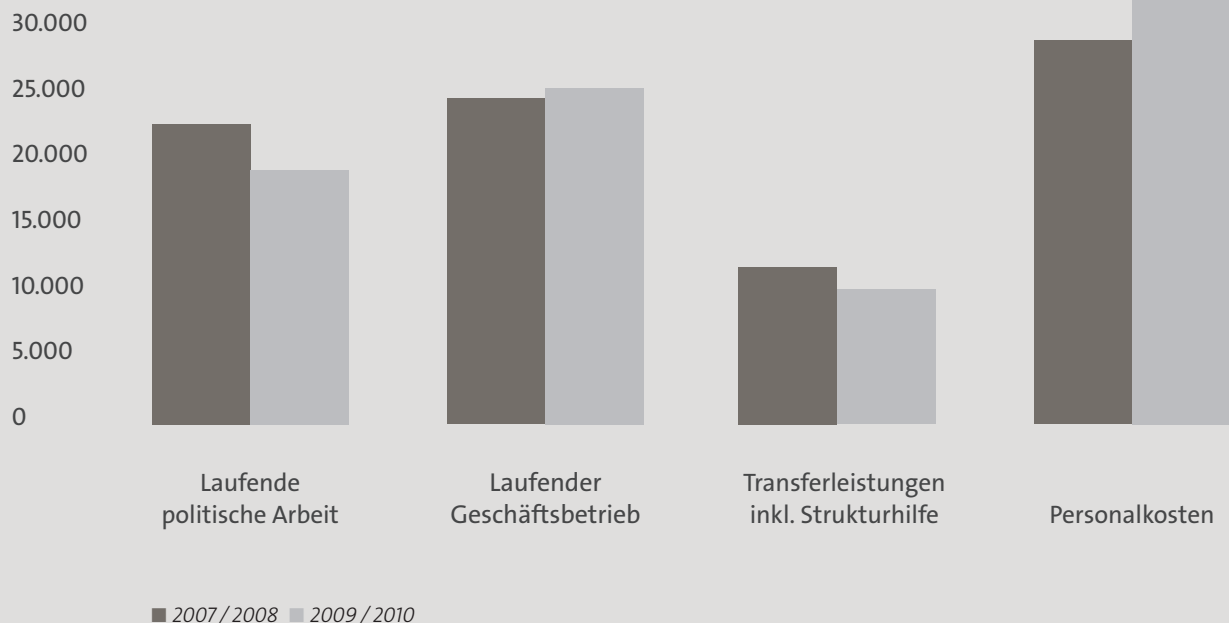
Die Einnahmen deckten im Berichtszeitraum die Ausgaben des Betriebshaushaltes. Die für den Europa- und Bundestagswahlkampf 2013 / 2014 beschlossenen Rücklagen konnten im Berichtszeitraum gebildet werden:

Dennoch standen die Haushalte 2009 und 2010 unter dem Zeichen rückläufiger Einnahmen. So sanken die Beitragseinnahmen im Berichtszeitraum 2009 / 2010 gegenüber 2007 / 2008 um ca. 0,9 Mio. Euro.

Die Einnahmeverluste konnten durch entsprechende Einnahmen aus Vermögen kompensiert werden.

Die wichtigsten Einnahmen des Parteivorstandes sind nach wie vor seine Beitragsanteile sowie der Anteil des Parteivorstandes an den staatlichen Mitteln. Gemessen an den Gesamteinnahmen betrug der Anteil der Beitragseinnahmen im Berichtszeitraum 21,3 % (2007 / 2008: 22,6 %) während der Anteil der staatlichen Mittel 56,3 % betrug (2007 / 2008: 61,5 %). Insgesamt bestreitet der Parteivorstand mehr als vier Fünftel seiner Einnahmen aus diesen beiden Bereichen.

### ■ Ausgaben im Vergleich



Im Berichtszeitraum blieben die Aufwendungen gegenüber 2007 / 2008 nahezu unverändert.

Der Aufwand für politische Arbeit inklusive Öffentlichkeitsarbeit entsprach einem Anteil von 22,6 % (2007 / 2008: 25,2 %).

Die Aufwendungen für den Geschäftsbetrieb inkl. EDV entsprachen einem Anteil von 29,3 % (2007 / 2008: 28,3 %). Die Entwicklung der Kosten für die EDV ist positiv: nach der Verfünfachung dieses Aufwandes von 1995 bis 2000 (auf über 7 Mio. Euro), sanken sie seitdem kontinuierlich. Im Berichtszeitraum betrug der Aufwand für den Haushalt der EDV inklusive Investitionen in einen newsdesk und eine neue Mitgliederverwaltung 6,8 Mio. Euro (2007 / 2008: 4,8 Mio. Euro).

Die Transferleistungen inklusive Strukturhilfe sind im Berichtszeitraum gegenüber 2007 / 2008 rückläufig. Der Anteil an den Gesamtausgaben betrug im Berichtszeitraum 11,0 % (2007 / 2008: 13,0 %). Die Strukturhilfe macht mehr als die Hälfte der Transferleistungen aus.

Der Anteil der Personalkosten stieg von 33,2 % 2007 / 2008 auf 37,2 % im Berichtszeitraum 2009 / 2010.

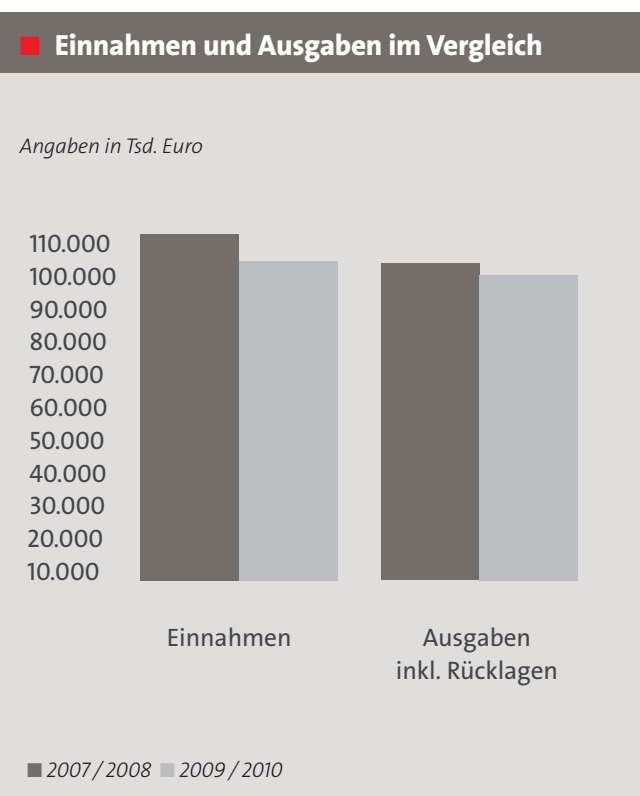
Die Ausgabenpolitik des Parteivorstandes orientiert sich strikt an den tatsächlich erzielten Einnahmen. Trotz der Novellierung des Parteiengesetzes ist in Zukunft nur bedingt mit höheren Einnahmen zu rechnen. Daher müssen sich die Ausgaben analog zu den Einnahmen entwickeln und ein gesundes Verhältnis der Ausgaben für politische Arbeit, Geschäftsbetrieb und Personalkosten gewahrt bleiben.

Die Wahlkampfzentrale für den Europa- und den Bundestagswahlkampf 2009 befand sich im Willy-Brandt-Haus. Für beide Wahlkämpfe wurden insgesamt 41,6 Mio. Euro aufgewandt. Dies entsprach dem vorgesehenen Budget.

Im Budget für den Europa- und Bundestagswahlkampf schlugen die Kosten für Anzeigen, Plakatierung, Online-Wahlkampf, Kommunikation sowie Flugblätter und Verteilmaterialien mit insgesamt 23,8 Mio. Euro zu Buche. Ein weiterer großer Bereich waren mit 9,2 Mio. Euro die (Groß-) Veranstaltungen, Zielgruppen- und Themenarbeit sowie Forschung.

An Gliederungen wurden 4,4 Mio. Euro ausgezahlt. Die restlichen Mittel wurden für den Geschäftsbetrieb und Personalkosten verwandt.

Die Haushaltsführung des Parteivorstandes für die Haushaltsjahre 2009 und 2010 wurde überprüft und von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft nach den Vorschriften des Parteiengesetzes testiert. Es gab keine Beanstandungen. Desweiteren prüfte die Kontrollkommission laufend die Mittelbewirtschaftung des Parteivorstandes.



### 2.1. Mitgliederverwaltung

Im Januar 2010 wurde die neue Mitgliederverwaltung, MAVIS II, in Betrieb genommen. Die Anwendung beruht auf einer Software, die die SPÖ (Sozialdemokratische Partei Österreichs) bereits nutzt. Zur Pflege und Weiterentwicklung wurde eine entsprechende Kooperationsvereinbarung mit der SPÖ geschlossen.

Die Einführung der MAVIS II und ihre Anpassung an zahlreiche Besonderheiten erfolgte nicht reibungslos. In einer intensiven Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen in den Gliederungen wurden diese Probleme Schritt für Schritt angegangen. Es wurde eine Begleitgruppe eingesetzt, die in mehreren Sitzungen eine Anforderungsliste erstellt hat, die nun nach und nach abgearbeitet wird.

Im gesamten Bundesgebiet wurden verschiedene Schulungen angeboten, die insgesamt gut angenommen wurden.

### 3. Strukturhilfen für die ostdeutschen Landesverbände

Auch in den Jahren 2009 und 2010 haben die Mitglieder der alten und neuen Landesverbände einen Solidarbeitrag von 26 Cent je Monatsbeitrag geleistet, um damit die Organisationsstrukturen in den ostdeutschen Landesverbänden zu sichern. Insgesamt erhielten die ostdeutschen Landesverbände auf diesem Weg 3,1 Mio. Euro im Berichtszeitraum.

Darüber hinaus leistete der Parteivorstand eine ergänzende Strukturhilfe aus seinem Betriebshaushalt. Sie belief sich auf je 750.000 Euro in den Jahren 2009 und 2010.

Auch in den folgenden Jahren werden die ostdeutschen Landesverbände auf Strukturhilfe angewiesen sein.



## 4. Der Unternehmensbereich

### 4.1 Konzentration GmbH

Der Grundbesitz der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands ist Treuhandbesitz der Konzentration GmbH und weiterer Gesellschaften. Das wirtschaftliche Eigentum an allen Grundstücken liegt gemäß § 25 Absatz 1 Satz 1 des Organisationsstatuts der SPD bei ihrem Parteivorstand. Der Immobilienbesitz wird im Rechenschaftsbericht der SPD in der Spalte *Haus- und Grundvermögen* mit allen Anschaffungs- und Herstellungskosten erfasst.

Neben der Konzentration und der Verwaltungsgesellschaft Bürohaus Berlin mbH bestehen zur Zeit sieben weitere Kapitalgesellschaften, drei Personengesellschaften, drei Vereine und die Treuhandbesitzgesellschaften in Hannover und Frankfurt, die über Immobilienvermögen der SPD verfügen.

Ihren Weg der nachhaltigen Verstetigung, Entwicklung und Verwaltung des Immobilienvermögens der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands konnte die Konzentration im Berichtszeitraum erfolgreich fortsetzen.

Die Immobilien aus einem Landesverband und einem weiteren Bezirk der Partei sind in die Vollverwaltung der Konzentration übernommen worden. Sie sind jetzt im Immobilienverwaltungs- und Buchhaltungsprogramm der Konzentration erfasst und unterliegen in Abstimmung mit den Entscheidungsträgern vor Ort der Kontrolle und Steuerung der Immobilienfachkräfte in Berlin.

In der Grundstücksentwicklung hat die Konzentration im Berichtszeitraum im Wesentlichen das Objekt Von-der-Tann-Straße 1 in Hof von Grund auf modernisiert und voll vermietet. Darüber hinaus wurde von der Konzentration die Immobilie in Jena entwickelt und teilsaniert. Die Modernisierung und der Umbau dieses Objektes werden zurzeit abgeschlossen.

Treuhänderisch handelnd für den Parteivorstand hat die Konzentration das Erbe des Genossen Ernst Malis – den Miteigentumsanteil an einem Grundstück mit Wohngebäude in Annaberg-Buchholz in 2009 – angenommen. Zudem hat die Konzentration das Dauernutzungsrecht an Flächen des Dr.-Julius-Leber-Hauses in Lübeck übernommen.

Wesentliche Aufgabe der Konzentration im Berichtszeitraum war die Förderung der laufenden Restitutionsverfahren. Abgeschlossen wurden die Verfahren auf Restitution und / oder Entschädigung für den Verlust der Arbeiter- und Sportvereine, aber auch für Volkshäuser und Heime. Der Abschluss der weiter offenen Verfahren wird in nächster Zukunft erfolgen.

Foto: Konzentration GmbH



SPD Haus in Jena

In Berlin-Friedrichshagen konnte die Konzentration in 2009 die Otto-Wels-Gedenkstele in der Bölschestraße vor der Sankt Christophoruskirche aufstellen.

Die Stele wurde in Anwesenheit des ehemaligen Parteivorsitzenden und Bundeskanzlers Gerhard Schröder der Öffentlichkeit übergeben.



rechts: Otto-Wels-Gedenkstele in Berlin-Friedrichshagen

links: Einweihung

Fotos: Jörg Hüster



Foto: Konzentration GmbH

Hauseinweihung in Hof



#### 4.2 Verwaltungsgesellschaft Bürohaus Berlin

Die Verwaltungsgesellschaft Bürohaus Berlin mbH (VBB) verwaltet treuhänderisch für die Partei das Willy-Brandt-Haus in Berlin.

Der Bau des Hauses in den Jahren 1992 bis 1996 wurde fast vollständig über Hypothekendarlehen finanziert. Sie summierten sich bis Ende 1996 auf insgesamt 49 Mio. Euro. Die Baukosten betragen insgesamt ca. 56 Mio. Euro.

Seit 1999 werden die aufgelaufenen Darlehen getilgt, wozu Ausschüttungen aus dem sonstigen Unternehmensbereich – Dividenden der ddvg – herangezogen werden.

Die Tilgung verläuft weiterhin planmäßig: Zum 31.12.2009 verblieben Bankverbindlichkeiten in Höhe von 23,8 Mio. Euro (Vorjahr: 25,8 Mio. Euro). Zum Jahresende 2010 betragen die Verbindlichkeiten noch 21,7 Mio. Euro.

Wie im vorangehenden Finanzbericht (2007 / 2008) angekündigt, wurde das in den vergangenen beiden Jahren günstige Zinsniveau genutzt, um einen Teil der Bankverbindlichkeiten umzuschulden und damit eine verlängerte Zinsbindung bis 2021 auf niedrigem Niveau zu erreichen.

Für einen erheblichen Teil der Darlehensverbindlichkeiten gilt noch eine Zinsbindung bis 2014. Sie sollen ab 2012 über entsprechende Forward-Darlehen ebenso gesichert werden, sofern die Lage an den Finanzmärkten das zulässt.



Foto: Holger Biermann

*Ausstellungseröffnung Johannes Heisig*



Foto: Holger Biermann

*Eröffnung der Ausstellung zu Ehren von Hans-Jochen Vogel*

Der laufende Unterhalt des Hauses wird aus einem Nutzungsentgelt des Parteivorstands, Mieteinnahmen von Drittmietern und Einnahmen aus dem Kongress- und Veranstaltungsbetrieb finanziert. Dabei machen aktuell – und vermutlich auch in den nächsten Jahren – steigende Instandhaltungskosten eine fortlaufende Anpassung der Investitionspläne erforderlich.

In der Hauptsache wird es jedoch weiterhin auf die Dividenden der ddvg auch in den Folgejahren ankommen, um das Haus schließlich frei von Bankschulden nutzen zu können.

Das Willy-Brandt-Haus ist nicht nur Sitz des Parteivorstands, sondern auch ein Veranstaltungszentrum und Ort kultureller Kommunikation. Dazu tragen nicht zuletzt die Veranstaltungen und Ausstellungen bei, die vom Freundeskreis Willy-Brandt-Haus e.V. realisiert werden.

Einen aktuellen Überblick liefert:  
[www.Willy-Brandt-Haus.de](http://www.Willy-Brandt-Haus.de)



Foto: Marco Urban

Verleihung des August-Bebel-Preises im Atrium des Willy-Brandt-Hauses

### 4.3 Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH

Losgelöst von den Schwankungen der Konjunktur zeigte sich die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Berlin (ddvg) in den Jahren 2009 und 2010 erneut in robuster Verfassung.

Die Betriebsergebnisse lagen bei 19,4 Mio. Euro (2009) und 20 Mio. Euro (2010) auf einem nachhaltig hohen Niveau.

Mit ihren Ausschüttungen an die SPD als Gesellschafterin in Höhe von jeweils 7,7 Mio. Euro (Liquiditätszufluss bei der SPD nach Steuern: 6,5 Mio. Euro) konnte die ddvg wie in den Vorjahren ihren Beitrag für eine solide Finanzstruktur der SPD leisten.

Die Jahresergebnisse von 4,2 Mio. Euro (2009) und – 14,3 Mio. Euro (2010) sind ausschließlich Sondereffekten geschuldet:

Insbesondere zählen hierzu Wertberichtigungen und Darlehensverzichte mit Bezug zum Druck- und Verlagshaus Frankfurt a.M. GmbH (*Frankfurter Rundschau*), um bei diesem Unternehmen die Eigenkapitalsituation nachhaltig zu verbessern.

Die positive Entwicklung des Unternehmens findet auch im operativen Cashflow ihren Niederschlag: mit 12,2 Mio. Euro (2009) und 19,2 Mio. Euro (2010) verfügt die ddvg über einen exzellenten Liquiditätsstatus. Entsprechend fallen die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit 1,0 Mio. Euro (2009) bzw. 2,5 Mio. Euro (2010) erfreulich gering aus.



Im Beteiligungskreis der ddvg gab es in den Jahren 2009 und 2010 nur geringfügige Änderungen:

- Ende 2009 hat die ddvg 10 % der Anteile an der Tredition GmbH erworben.
- Der Buchverlag für Berlin und Brandenburg (vbb) wurde in einem Management Buy Out auf den bisherigen Verlagsleiter übertragen. Die ddvg bleibt mit der vorwärts buch Verlagsgesellschaft mbH im Buchverlagssektor engagiert.
- Die Anteile an der Ökotest Holding AG wurden von zusammen 64,1 % auf 65,67 % ausgebaut.
- In der neugegründeten ddvg Rundfunkbeteiligungsgesellschaft mbH werden die Rundfunkengagements der ddvg gebündelt.

Die stabile Situation der ddvg ist nicht nur angesichts der Wirtschaftskrise der vergangenen Jahre, sondern auch vor dem Hintergrund des Strukturwandels in der Medien- und Tageszeitungsbranche von besonderem Wert.

Dieser Strukturwandel hat sich in den Jahren 2009 und 2010 nicht nur fortgesetzt, sondern wurde durch die rezessiven Tendenzen beschleunigt.

Kennzeichen des Wandels in der Print-Medienlandschaft sind

- sinkende verkaufte Auflagen:

Dies ist einerseits dem demografischen Wandel geschuldet, andererseits aber auch der Tatsache, dass vor allem Jüngere in geringerem Umfang Zeitung lesen als die Vorgängergenerationen.

- Druck auf die Anzeigenerlöse:

Zwar konnte insbesondere der Stellenmarkt in 2009 und 2010 konjunkturbedingt wieder zulegen, für die übrigen

Rubriken (insbesondere Immobilien und KFZ) hat sich jedoch der Trend der Verlagerung ins Onlinegeschäft fortgesetzt. Unter dem Strich verlor die Gattung Tageszeitung auch 2009 und 2010 erneut Anteile am Werbemarkt.

- sinkende Mengen und Margen im Druckgeschäft.

Die Zunahme onlinebasierter Kommunikation führt zu sinkenden Druckvolumina. Die Druckumsätze im Druckereigewerbe waren mit -9 % (2009) und -5 % (2010) deutlich rückläufig. Das Überangebot an Druckkapazität, das durch erhebliche technische Weiterentwicklungen im Druckbereich noch erhöht wurde, führt zu einem rasanten Preisverfall.

Die ddvg begegnet diesen Herausforderungen insbesondere mit einem vorausschauenden Kostenmanagement. In den vergangenen Jahren spielte hierbei zwingend leider auch der Abbau von Arbeitsplätzen eine Rolle. Die ddvg hat stets darauf gedrungen, etwaige erforderliche Prozesse so frühzeitig einzuleiten, dass alle Maßnahmen sozialverträglich umgesetzt werden konnten. Die Möglichkeiten der Kostenreduktion durch Personalabbau sind nach und nach ausgereizt. Der weiter bestehende Kostendruck führt vielfach zu einer Flucht aus dem bestehenden Tarif – hier sind die Tarifparteien gefordert, neue zukunftstaugliche Tarifstrukturen zu vereinbaren, die langfristig finanzierbar bleiben.

Die Unternehmens-Strategie der ddvg basiert nicht ausschließlich auf Kostensenkungen, sondern umfasst weitere drei zentrale Elemente:

- Steigerung der redaktionellen Qualität.

Die in 2009 durch die ddvg initiierte Expertise des *Instituts für praktische Journalismusforschung* (IPJ) wird in Form von Workshops bei einer Reihe von Beteiligungsunternehmen präsentiert. Da mit wird unverändert das Ziel verfolgt, den Platzvorteil der lokalen und regionalen Kompetenz der Tageszeitungen gegenüber anderen Mediengattungen auszuspielen.

#### ■ Erlössteigerung durch neue Geschäftsfelder.

Lokale Kompetenz und örtliche Nähe liefern den Regionalzeitungen die Möglichkeit, Geschäftsfelder jenseits des klassischen Verlagsgeschäfts zu eröffnen. Jene Verlage, die diesen strategischen Ansatz konsequent verfolgen, erwirtschaften bereits heute auf einen Euro Verlagsergebnis zusätzlich (bis zu) 45 Cent.

#### ■ Investitionen in die digitale Nachrichtenübermittlung.

Investition in digitale Produkte wird mehr und mehr das beherrschende Thema der Regionalzeitungsverlage. Bereits im Jahr 2005 hatte die ddtg ein Symposium veranstaltet, das sich mit der Frage beschäftigte, inwieweit zukünftig mobile digitale Plattformen das *Medium Papier* – wenn auch nicht ersetzen – so doch zumindest ergänzen könnten. Zwischenzeitlich ist diese Frage durch iPhone und iPad längst beantwortet. Sämtliche Zeitungsverlage, an denen die ddtg beteiligt ist, sind bereits auf diesen Plattformen mit einem Angebot präsent – oder werden es in Kürze sein.

Doch es stellt sich nicht nur die Frage nach *App-Angeboten*, sondern auch danach, wie die User / Leser die neuen Digitalangebote nutzen werden und wie neue technische Möglichkeiten sinnvoll von Verlagen genutzt werden können. Um bei diesen Themen am Ball zubleiben, organisiert die ddtg in regelmäßigem Abstand Workshops, die sich mit den Nutzererwartungen und -gewohnheiten sowie technischen Neuerungen auseinandersetzen. Essentielle Ergebnisse dieser Workshops werden aktuell bei einer Beteiligungsgesellschaft einem Praxistest unterzogen.

Gleichwohl gilt nach wie vor: trotz enormer Anstrengungen im Digitalsegment ist es bis heute nicht gelungen, ein wirtschaftlich tragfähiges Geschäftsmodell für die Digitalangebote der Verlage zu entwickeln. Dies zu erreichen, bleibt ein wichtiges Ziel für die nahe Zukunft.

Die insbesondere in den Jahren 2008 und 2009 vollzogenen Anteilsverkäufe und Übernahmen in der deutschen Verlagslandschaft (u.a. Übernahme nahezu sämtlicher Regional-

zeitungsbeteiligungen des Axel-Springer-Verlages durch Madsack und Erwerb des Berliner Verlags durch Verlag M. DuMont Schauberg) sind noch nicht das Ende einer Neusortierung der deutschen Regionalzeitungslandschaft.

Die Konsolidierung der Branche wird zu weiteren Bewegungen führen. Insbesondere die Struktur mancher Verlage als breit gestreute Familiengesellschaften dürfte Schwierigkeiten bereiten, etwaige Durststrecken im Hinblick auf geringere Ausschüttungen und die erforderlichen Investitionen zu bewältigen. Hinzu tritt die ungeklärte Nachfolge mancher Verlegerfamilie.



#### FR-iPad-App

Apple, the Apple Logo and iPad are Trademarks of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries. Appstore and AppleCare are Service marks of Apple Inc.

Das Schicksal einiger US-amerikanischer Landstriche oder Städte, deren Tageszeitung geschlossen wurde, droht in Deutschland zurzeit nicht. Aber es besteht nach wie vor ein hohes Risiko für den Bestand einer vielfältigen, unabhängigen und stabilen Verlagslandschaft und damit letztlich für die Rolle der Medien in einer demokratisch verfassten Gesellschaft.

Gerade in einer Umbruchsituation bedarf es langfristig und nachhaltig agierender Akteure, für die Zeitungen etwas anderes sind als bloße Renditeobjekte. Die ddivg zählt sich als Unternehmen mit über 140-jähriger Tradition zu den Akteuren im Markt, die mit einem verlegerischen Hintergrund stabilisierend und qualitäts- und vielfaltsichernd wirken.

Die Sanierung der Frankfurter Rundschau (FR) ist durch die Auswirkungen der Wirtschaftskrise deutlich erschwert worden. Die Kooperation der FR mit der Berliner Zeitung und anderen Titeln des DuMont-Konzerns hat sich als positiv erwiesen, so dass nachhaltig Kosten reduziert werden konnten, ohne negative Auswirkung auf die Qualität der Zeitung. Mit der Entwicklungen der iPad-App der FR ist es gelungen, einen deutlichen Kompetenzvorsprung gegenüber anderen Zeitungsverlagen zu erringen.

Die weiteren Medienbeteiligungen der ddivg konnten ihre Position festigen. So hat sich beispielsweise die Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl in einem strukturschwachen Umfeld sehr gut behauptet und konnte ihre Ergebnisse deutlich steigern. Die Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG hat sich auf erfreulich hohem Niveau sehr stabil entwickelt – besonderer Beachtung bedarf, dass dieses Unternehmen aufgrund seiner Diversifikation einen nicht unerheblichen Teil seines Ergebnisses jenseits des Tageszeitungsgeschäfts, z. B. im Postbereich oder Messegeschäft, erwirtschaftet.

Der *SPD-ReiseService* hat seine Strategie der erweiterten Produktpalette fortgeführt. Nach einem rezessionsbedingten Rückgang der Buchungen für kostenträchtigere Reisen in 2009 ging es 2010 weiter aufwärts. In 2010 haben

nahezu 7.000 Personen das vielfältige Urlaubsangebot genutzt.

Tiv@la hatte im Berichtszeitraum einerseits mit den Auswirkungen der Wirtschaftskrise und andererseits mit zunehmender Produktpiraterie zu kämpfen. Dies führt zu einer Verlagerung der Aktivitäten weg von Konsolenspielen hin zu internetbasierten und damit kopiersicheren Angeboten.

Die zur Unternehmensgruppe gehörenden Akzidenzdruckereien operieren in einer tiefgreifenden und für viele Betriebe existenzbedrohenden Branchenkrise.

Der in der Vergangenheit eingeschlagene Weg, durch Fusionen die Zukunftschancen zu verbessern, hat sich bewährt. Darüberhinaus wird es auch erforderlich sein, die Angebotspalette der Druckereien vom reinen Printprodukt hin zu Dienstleistungsangeboten, z. B. im Bereich des Content-Management zu entwickeln, um dem Strukturwandel in dieser Branche erfolgreich zu begegnen.

Der Bereich Handel und Service, in dem der Papierhandel (HPPV), Werbemittelverkauf und Merchandising (IMAGE), Buchhandel (vorwärts-Buchhandlung) sowie EDV- und Verwaltungsservice (Office Consult) zusammengefasst werden, leistet unverändert einen stabilen Beitrag zum Unternehmensergebnis der ddivg.



## II. Finanzen der Gesamtpartei für das Jahr 2009 im Vergleich

Die Einnahmen der Gesamtpartei beliefen sich im Jahr 2009 auf 173,3 Mio. Euro. CDU und CSU zusammen verzeichneten Einnahmen in Höhe von 204,7 Mio. Euro.

Während bei der SPD die Mitgliedsbeiträge mit 26,6 % den größten Einnahmeposten bilden, stellen bei der CDU mit 25,8 % und bei der CSU mit 27,9 % die staatlichen Mittel die größte Einnahmeposition dar. Rechnet man Mitglieds- und Mandatsträgerabgaben zusammen, so finanziert sich die SPD zu 39,4 % aus Beiträgen, die CDU zu 36,7 % und die CSU zu 29,4 %.

Somit sind die Zahlungen unserer Mitglieder- und Mandatsträger weiterhin unsere entscheidende Einnahmequelle.

Die SPD erhält im Vergleich zu den Unionsparteien und der FDP sehr viel weniger Spenden. Das trifft besonders für Großspenden aus der Wirtschaft und von vermögenden Privatpersonen zu. Spenden machen somit nur einen kleinen Teil unserer Einnahmen aus.

Die Unionsparteien haben Spenden (natürliche und juristische Personen) in Höhe von ca. 50,2 Mio. Euro erhalten, während die SPD Spenden in Höhe von 18,8 Mio. Euro erhalten hat, wobei diese für uns recht hohe Summe nicht zuletzt durch das Wahljahr zu erklären ist. Bei der FDP sind 16,2 Mio. Euro Spenden eingegangen.

Einerseits bedeutet dies, dass die SPD über ein ganz besonderes Maß an Unabhängigkeit verfügt. Andererseits heißt das aber auch, dass die SPD ihre finanziellen Mittel aus alternativen Quellen beziehen muss.

Hierzu leistet der Unternehmensbereich der SPD, der in fast 150 Jahren Parteigeschichte aufgebaut wurde, weiterhin einen soliden Beitrag.

In 2009 konnte die SPD Einnahmen aus Unternehmenstätigkeit und Beteiligungen in Höhe von 10 Mio. Euro verzeichnen, wenngleich diese den Vorsprung der Unionsparteien bei den Spenden bei weitem nicht ausgleichen kann.

Die Ausgaben der Gesamtpartei beliefen sich im Jahr 2009 auf 208,2 Mio. Euro. CDU und CSU zusammen verzeichneten Ausgaben in Höhe von fast 245 Mio. Euro.

37,9 % der gesamten Ausgaben der SPD wurden für Personal und den laufenden Geschäftsbetrieb aufgewendet.

Der Anteil der Ausgaben für Wahlkämpfe ist in 2009 mit dem Europa- und dem Bundestagswahlkampf hoch, die SPD hat für Wahlkämpfe 84,9 Mio. Euro ausgegeben, die CDU 87,9 Mio. Euro.

Die SPD verfügt über ein Reinvermögen in Höhe von 154,7 Mio. Euro. Bei den Besitzposten entfallen 112,7 Mio. Euro auf Haus- und Grundvermögen.

*Es werden die Daten aus dem Rechenschaftsbericht des Jahres 2009 zugrunde gelegt, da die Rechenschaftsberichte für das Jahr 2010 noch nicht veröffentlicht sind.*

<b>Rechnungsberichte der im Bundestag vertretenen Parteien im Vergleich für das Jahr 2009</b>														
	SPD		CDU		CSU		CDU / CSU		GRÜNE		FDP		DIE LINKE	
EINNAHMEN	EURO	%	EURO	%	EURO	%	EURO	%	EURO	%	EURO	%	EURO	%
Mitgliedsbeiträge	46.027.049	26,56	41.364.798	25,42	9.353.810	22,29	50.718.608	24,78	5.982.321	19,58	7.846.408	18,14	9.989.024	36,64
Mandatsträgerbeiträge u. ähnl. regelm. Beiträge	22.283.768	12,86	18.407.988	11,31	2.999.688	7,15	21.407.676	10,46	5.708.424	18,69	2.572.146	5,95	2.683.782	9,84
Spenden von nat. Pers.	14.545.070	8,39	26.170.350	16,08	4.956.805	11,81	31.127.155	15,21	4.525.980	14,81	10.388.101	24,02	2.700.234	9,91
Spenden von jur. Pers.	4.217.400	2,43	14.949.356	9,19	4.113.771	9,80	19.063.127	9,31	919.025	3,01	5.796.974	13,40	177.526	0,65
Einn. aus Unternehmens- tätigkeit u. Beteiligungen	10.131.842	5,85	1.256	0,00	0	0,00	1.256	0,00	725	0,00	417.622	0,97	0	0,00
Einn. aus sonst. Vermögen	10.926.525	6,30	4.042.517	2,49	518.510	1,24	4.561.027	2,23	259.490	0,85	399.516	0,92	312.794	1,15
Einn. aus Veranstalt., Ver- trieb von Druckschr. etc.	18.001.044	10,39	14.188.383	8,72	7.990.722	19,04	22.179.105	10,83	914.527	2,99	2.967.178	6,86	248.645	0,92
Staatliche Mittel	39.637.451	22,87	41.905.937	25,75	11.708.611	27,90	53.614.548	26,19	11.095.447	36,32	12.644.177	29,23	10.705.922	39,27
Sonstige Einnahmen	7.550.397	4,35	1.695.260	1,04	329.058	0,77	2.024.318	0,99	1.145.492	3,75	221.623	0,51	442.460	1,62
<b>GESAMT</b>	<b>173.320.546</b>	<b>100,00</b>	<b>162.725.845</b>	<b>100,00</b>	<b>41.970.975</b>	<b>100,00</b>	<b>204.696.820</b>	<b>100,00</b>	<b>30.551.431</b>	<b>100,00</b>	<b>43.253.745</b>	<b>100,00</b>	<b>27.260.387</b>	<b>100,00</b>
<b>AUSGABEN</b>														
Personalausgaben	51.270.477	24,62	44.599.477	22,27	9.815.778	21,93	54.415.255	22,21	9.934.793	26,82	5.157.715	10,01	9.460.516	28,02
Lauf. Geschäftsbetrieb	27.839.487	13,37	30.702.149	15,33	7.122.396	15,91	37.824.545	15,44	5.232.150	14,12	9.787.684	19,00	4.346.033	12,87
Allg. politische Arbeit	34.724.709	16,68	30.932.115	15,45	12.979.703	29,00	43.911.818	17,92	5.754.573	15,53	9.520.391	18,49	5.765.328	17,08
Wahlkämpfe	84.885.123	40,77	87.998.909	43,95	14.386.281	32,14	102.385.190	41,79	15.597.350	42,10	25.584.098	49,68	14.106.248	41,79
Vermögensverwaltung einschl. sich hieraus ergebender Zinsen	8.821.652	4,24	2.234.788	1,12	0	0,00	2.234.788	0,91	405.211	1,10	163.106	0,32	4.283	0,01
sonstige Zinsen	496.377	0,24	391.850	0,20	297.851	0,67	689.701	0,28	7.411	0,02	1.216.086	2,36	13.703	0,04
sonstige Ausgaben	172.324	0,08	3.379.206	1,69	157.922	0,35	3.537.128	1,45	116.096	0,31	70.544	0,14	64.329	0,19
<b>GESAMT</b>	<b>208.210.149</b>	<b>100,00</b>	<b>200.238.494</b>	<b>100,00</b>	<b>44.759.931</b>	<b>100,00</b>	<b>44.998.425</b>	<b>100,00</b>	<b>37.047.584</b>	<b>100,00</b>	<b>51.499.624</b>	<b>100,00</b>	<b>33.760.440</b>	<b>100,00</b>
Überschuss / Defizit	-34.889.603		-37.512.649		-2.788.956		-40.301.605		-6.496.153		-8.245.879		-6.500.053	
Reinvermögen	154.747.514		147.054.705		24.003.621		171.058.326		20.337.526		-934.551			



1998	3.868
1999	3.184
2000	1.746
2001	3.194
2002	3.440
2003	1.650
2004	2.039
2005	3.287
2006	2.477
2007	2.039
2008	2.039
2009	4.078