

Richtlinie des SPD-Parteivorstands zur Zusammenarbeit mit Ausstellern und Sponsoren

Einführung

Sponsoring ist eine zulässige Form der Parteienfinanzierung, die der Parteivorstand schon seit vielen Jahren nutzt. Vor dem Hintergrund sinkender Einnahmen und steigender Ausgaben bleibt Sponsoring für uns als Partei 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 zueinanderstehen.

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 Parteitagsdelegierte, Gäste und Aussteller.

Die Mietzahlungen der Aussteller aus dem Bereich der Wirtschaft und deren Verbände tragen dazu bei, den Bundesparteitag finanzieren zu können. Parteigliederungen, Verbände und NGOs, die nicht von der Wirtschaft getragen werden, zahlen keine Miete.

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

Verantwortung

Die Verantwortung für das Sponsoring liegt beim Schatzmeister/der Schatzmeisterin, der gemeinsam mit dem Präsidium über mögliche Unvereinbarkeiten beschließt.

Kriterien

Leitend bei der Auswahl ist, dass das Handeln des Sponsors nicht im Widerspruch zu unseren sozialdemokratischen Grundsätzen steht.

Zu unserer Demokratie gehören widerstreitende Ansichten. Aber wir bestehen auf die Wahrung von Arbeitnehmer*innenrechten, Akzeptieren von Diversität und Gleichstellung. Wir sind keine Verbotspartei und setzen auf das mündige und eigenverantwortliche Handeln von Verbraucher*innen.

Aber wir wollen und brauchen als Partei auch die kritische Diskussion, was Produkte und Produktionsweisen betrifft. Deshalb betrachten wir den Ausstellerbereich als Ort von Austausch und 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.

Weitere formale Vorgaben:

Es gelten die in den „Verhaltensregeln der SPD für die Wahrnehmung von Ämtern, Funktionen und Mandaten“ verankerten Regelungen in Punkt II, Nr. 3: „Keine verdeckte Interessenförderung durch Spenden und Sponsoring“:

Leistung und Gegenleistung eines Sponsorings werden vertraglich geregelt und freiwillig von der SPD veröffentlicht.

Es gelten die Datenschutzrichtlinien des Parteivorstands.