So diskret spenden Unternehmen

Politfinanzierung Von den grössten börsenkotierten Firmen sind fast alle politisch aktiv. Transparent gemacht werden die Zahlungen an Parteien und Kampagnen kaum – nicht einmal gegenüber den Aktionären.

Lukas Leuzinger

«Fest verankert in der Schweiz» – mit diesem Slogan wirbt die UBS auf ihrer Webseite und betont, wie wichtig ihr das Wohl des Landes sei. Dass das nicht nur leere Worte sind, spüren die bürgerlichen Parteien in ihren Kassen. Im Wahljahr 2015 etwa liess die Grossbank SVP, FDP, CVP, BDP und GLP insgesamt 1,6 Millionen Franken zukommen, wie sie in einer Umfrage der Aktionärsvereinigung Actares unter den im Swiss Market Index (SMI) vertretenen Firmen angibt. Auf Anfrage präzisiert die UBS, dass sie entschieden habe, «die politischen Parteien aufgrund der nationalen Wahlen mit einem zusätzlichen ausserordentlichen Beitrag zu unterstützen». 2016 sank die Summe der Parteispenden auf 700 000 Franken.

Die UBS ist mit ihrem Engagement nicht allein. Von den 17 Unternehmen, die an der Umfrage von Actares teilgenommen haben (befragt wurden 22 Firmen), haben rund die Hälfte in den Jahren 2015 und 2016 politische Parteien unterstützt. Zu den Summen und den Empfängern machen sie meist eher vage Angaben. Die grössten Geldgeber finden sich in der Finanzbranche. Die Credit Suisse unterstützt die in der Bundesversammlung vertretenen Parteien jedes Jahr mit bis zu einer Million Franken. Die Beträge richten sich nach der Sitzzahl der Parteien, die politische Ausrichtung spielt keine Rolle.

Im Unterschied dazu berücksichtigt die UBS nur Parteien, welche sich «zu den Prinzipien des Wettbewerbs und der Marktwirtschaft bekennen». Ähnliche Klauseln kennen auch andere Firmen, so etwa der Nahrungsmittelkonzern Nestlé, der 2015 und 2016 jeweils rund eine Viertelmillion Franken an «wirtschaftsfreundliche» Parteien spendete.

Julius Bär gegen Durchsetzungsinitiative

Verbreiteter als Spenden an Parteien sind gemäss der Umfrage Beiträge an Abstimmungskampagnen beziehungsweise die dafür zuständigen Verbände. Nur vier Unternehmen geben explizit an, keine Beiträge an Verbände (abgesehen von Mitgliederbeiträgen) bezahlt zu haben. Über Beträge und Empfänger hüllen sich die meisten Firmen in Schweigen. Die Ausnahme bildet die Privatbank Julius Bär, die sämtliche Spenden auflistet. Auffallend ist, dass der grösste Betrag, 50 000 Franken, nicht in eine wirtschaftspolitische Abstimmung, sondern in die FDP-Kampagne gegen die Durchsetzungsinitiative der SVP geflossen ist. Nur 20 000 Franken erhielt die Ja-Kampagne zur Unternehmenssteuerreform III von Julius Bär.

Die Initiative «Für mehr Transparenz in der Politikfinanzierung» wurde letztes Jahr lanciert.
Bild: Peter Schneider/Keystone (Bern, 26. April 2016)

Actares hat die Umfrage zu den politischen Spenden von Unternehmen zum fünften Mal durchgeführt. Gegenüber der ersten Befragung vor zehn Jahren sei ein gewisser Trend zu einer offeneren Kommunikation feststellbar, vor allem bei den Parteispenden, sagt Roger Said von Actares. «Bei politischen Spenden an Verbände oder Abstimmungskomitees hat sich jedoch nicht viel getan.» Die Aktionärsvereinigung fordert, dass die Aktionäre über die politischen Spenden eines Unternehmens informiert werden und auch über die Richtlinien für Spenden und die entsprechenden Budgets abstimmen können.

Unternehmen gegen Offenlegungspflicht

Unter Druck kommen die Firmen auch von anderer Seite: Vor kurzem wurde die Volksinitiative «Für mehr Transparenz in der Politikfinanzierung» bei der Bundeskanzlei eingereicht. Sie fordert, dass grössere Spenden an Parteien oder Komitees im Umfang von mehr als 10 000 Franken offengelegt werden müssen. Davon wären auch Unternehmen betroffen. Nadine Masshardt, SP-Nationalrätin und Co-Präsidentin des Initiativkomitees, findet es zwar positiv, dass Unternehmen Geld an Parteien und Komitees spenden. Sie bedauert aber, dass sie darüber nicht offener Auskunft geben. Transparenz wäre auch im Interesse der Firmen, da sie deren Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Stimmbürger in das politische System stärken würde, ist Masshardt überzeugt. «Offensichtlich braucht es eine gesetzliche Regelung.»

Dem widerspricht Michael Wiesner vom Wirtschaftsdachverband Economiesuisse. Wenn Unternehmen ihre politischen Spenden transparent machen wollten, sei das ihr gutes Recht. Eine Offenlegungspflicht wäre hingegen nicht praktikabel. Sie sei auch gar nicht nötig: «Die Stimmenden entscheiden letztlich unabhängig von den eingesetzten Mitteln.» Wie viel Geld Economiesuisse in den letzten Jahren für Abstimmungswerbung ausgegeben hat, sagt er nicht.