

Noch immer zahlen SMI-Firmen Beiträge an politische Parteien

Die 20 bedeutendsten börsenkotierten Unternehmen der Schweiz unterstützen politische Parteien noch immer in vergleichbarem Mass wie vor drei Jahren. Dies zeigt die kürzliche Neuauflage einer Umfrage, die ACTARES bereits 2007 durchführte. ACTARES fordert eine Offenlegung politischer Aktivitäten von Unternehmen und ein Ende von Zahlungen an politische Parteien.

1. Die Studie im Überblick

Von den 20 angefragten Unternehmen haben 16 geantwortet (18 in 2007). – auf einen Blick:

Firma	Direkte Parteifinanzierung 2010		Direkte Parteifinanzierung 2007		
ABB	Keine Antwort			Nein	
Actelion		Nein	Nicht im SMI		
Adecco		Nein		Nein	
CS Group		Nein	Ja		Politische Spenden getätigt in der Vergangenheit, nicht in 2010.
Holcim	Ja		Ja		Weltweite Beiträge 2010 : CHF 106'400 – keine Details zur Schweiz.
Julius Bär	Unklare Antwort		Ja		Keine direkte Unterstützung von Parteien, sondern von Komitees und „in Einzelfällen“ „nahestehenden“ KandidatInnen. CHF 30'000 gespendet für politische Initiativen in 2010.
Lonza	Keine Antwort		Nicht im SMI		
Nestlé	Ja		Ja		Beiträge an einzelne Parteien, die sich für „günstige wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen einsetzen“.
Novartis	Ja		Ja		„Geringfügige Unterstützung“ von Parteien.
Richemont		Nein		Nein	
Roche	Ja		Ja		Parteien werden auf Kantons- und Bundesebene mit Beträgen im „niedrigen zweistelligen tausend Franken Bereich“ unterstützt.
SGS		Nein	Nicht im SMI		
Swatch Group		Nein		Nein	
Swisscom		Nein		Nein	
Swiss Re	Unklare Antwort		Ja		Finanzielle Unterstützung für „Organisationen, welche die wirtschaftspolitischen Interessen der Versicherungswirtschaft ... vertreten“. Zuwendungen bewegen sich „in engen Grenzen“.
Syngenta		Nein		Nein	
Synthes	Keine Antwort		Keine Antwort		
Transocean	Keine Antwort		Nicht im SMI		
UBS	Unklare Antwort		Ja		„UBS unterstützt Parteien, die sich für ein wettbewerbsfähiges und wirtschaftsfreundliches Umfeld einsetzen“. Details zu dieser Aussage wurden auf Nachfrage nicht gegeben.
Zurich Financial Services	Ja		Ja		„...supports parties which share Zurich's views... only at the national level.“

Die 20 im Swiss Market Index (SMI) aufgeführten Unternehmen wurden gefragt:

1. Ob sie im Jahr 2010 eine oder mehrere politische Parteien (oder KandidatInnen) in der Schweiz direkt oder indirekt unterstützt hätten – sei es auf Bundes-, Kantons- oder Gemeindeebene.
2. Wenn Ja:
 - Welche Parteien?
 - Mit welchen Beträgen?
 - Nach welchen Kriterien?
 - Mit welchem Ziel und unter welcher Rubrik?
3. Ob sie bereit seien, darüber künftig proaktiv zu informieren?

2. Ergebnis: Mindestens ein Drittel der SMI-Unternehmen unterstützt politische Parteien, die Offenlegung ist mangelhaft

Ein Drittel der SMI-Unternehmen gibt an, politische Parteien direkt zu unterstützen.

Von den 16 antwortenden Unternehmen:

- spenden 5 an politische Parteien;
- weitere 3 lassen sich nicht festlegen, implizieren aber, dass sie spenden.
- gaben 8 2010 keine Spenden an politische Parteien. Das eine oder andere dieser Unternehmen gibt aber an, in der Vergangenheit Parteien unterstützt zu haben oder über Verbände politisch Einfluss zu nehmen.

Zwei der Unternehmen, die politische Spenden geben, nennen Zahlen: eines hat im letzten Jahr 30'000 Franken an politische Initiativen in der Schweiz gegeben; das andere erwähnt weltweite politische Zuwendungen in der Höhe von 106'400 Franken – will allerdings nicht sagen, wieviel davon in der Schweiz ausgegeben wurde. Die übrigen Unternehmen sprechen nur von „geringen Beträgen“.

Die Förderung günstiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ist das Hauptkriterium für politisches Engagement – Nachhaltigkeit wird nur einmal erwähnt.

Bezüglich der Identität von unterstützten Parteien oder KandidatInnen halten sich die Unternehmen bedeckt. Fünf geben an, Akteure zu unterstützen, die „unternehmerisches Denken“ oder „Eigenverantwortung“ fördern oder die Schweiz als Wirtschaftsstandort stärken, wobei nicht alle explizit von politischen Parteien sprechen. Ein Unternehmen gibt an, das politische Leben mit Beiträgen an *alle* Parteien zu unterstützen.

Drei Unternehmen erwähnen die eigenen politisch tätigen Mitarbeitenden; eines merkt an, dass es diese zuweilen finanziell unterstützt, verrät aber nicht, bei welcher Gelegenheit dies der Fall war.

Ein Unternehmen erwähnt „Nachhaltigkeit“ als einen Leitgedanken beim politischen Engagement, ohne allerdings diesen Begriff genauer zu definieren.

Nur zwei Unternehmen bekennen sich zu einer proaktiven Kommunikation über politische Spenden.

Die meisten Unternehmen äusserten sich nicht zur Frage, ob sie bereit seien, politische Spenden of-

fenzulegen oder fanden, dass eine Offenlegung angesichts der geringen Beträge nicht nötig sei. Nur ein Unternehmen weist politische Spenden in seinem Nachhaltigkeitsbericht aus – mit einer Pauschalsumme, ohne Details über die Empfänger. Ein weiteres Unternehmen legt zurzeit keine Beträge offen, würde aber Initiativen für eine Offenlegungspflicht unterstützen.

Die Unternehmen, die politische Spenden tätigen, sind noch immer die gleichen wie vor drei Jahren.

Ein Vergleich mit der ACTARES-Umfrage 2007 zeigt, dass sich seither kaum etwas geändert hat:

- Immer noch bekennt sich ein Drittel der antwortenden Unternehmen zu Parteispenden. Schliesst man die Firmen ein, die indirekt mit Ja antworten, ist es die Hälfte der Unternehmen.
- Bezüglich der Adressaten antworten diese Unternehmen auch jetzt noch in sehr allgemeiner Weise ohne Parteien oder Individuen zu nennen.
- Die Meinung, dass die Beträge zu gering seien, um offengelegt werden zu müssen, herrscht auch heute noch vor.

Unverändert ist die Situation auch mit Blick auf einzelne Unternehmen: Diejenigen, die 2007 angaben, politische Spenden zu tätigen, sagen, sie würden das heute noch tun – oder deuten dies zumindest an.

3. Warum Parteispenden ein Problem sind

Politische Spenden können Interessenkonflikte zwischen Geschäftsleitung und Aktionariat schaffen.

Die Interessen von Geschäftsleitung und Aktionariat sind nicht immer deckungsgleich. So sind Abgangsschädigungen – sogenannte „goldene Fallschirme“ – oder Boni, die nicht an eine gute Performance gekuppelt sind, gut für Führungspersonen aber nicht für die wirtschaftliche Nachhaltigkeit des Unternehmens.

Die Initiative „Gegen die Abzockerei“ (Minder-Initiative) möchte diesen Interessenkonflikt lösen. Sie fordert unter anderem, dass die Generalversammlung über die Gesamtsumme der Vergütungen abstimmen soll. Dies hat viel Widerstand ausgelöst in Geschäftsleitungen, Verwaltungsräten und Wirtschaftsverbänden.

ACTARES ist der Meinung, dass in dieser Frage das Aktionariat mehr Gewicht haben sollte als Geschäftsleitungen und Verwaltungsräte. Letztere müssen im Interesse der Eigentümer des Unternehmens handeln. Wenn nun die Geschäftsleitung eines Unternehmens politischen Gegnern der Initiative finanzielle Unterstützung gewährt, ist sie im direkten Konflikt mit denjenigen Aktionärinnen und Aktionären, die – wie ACTARES – die Initiative unterstützen.

Ein anderes Beispiel sind unterschiedliche ökologische Sensibilitäten: Die Geschäftsleitung mag sich im Umweltbereich möglichst wenig Regulierung wünschen – ein Teil des Aktionariats aber könnte bereit sein, zusätzliche Auflagen des Gesetzgebers zu akzeptieren, wenn dadurch ein umweltverträgliches und zukunftstaugliches Wirtschaften gefördert wird, was auch im langfristigen Interesse des Unternehmens liegt.

Das Aktionariat hat deshalb ein Recht, über die Existenz und die Details von politischen Spenden informiert zu werden, selbst wenn Unternehmen dazu gesetzlich nicht verpflichtet sind.

Politische Spenden können im Konflikt stehen zur Nachhaltigkeitspolitik von Unternehmen.

Das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit, das viele Unternehmen ablegen, verpflichtet dazu, nicht nur kurzfristig und renditeorientiert zu denken. Durch die Teilnahme an weltweiten Initiativen, wie zum Beispiel dem Global Compact, wird dies bekräftigt. Leider sind diese Absichtserklärungen wenig verbindlich, sodass manche Unternehmen auf Wohltätigkeit ausweichen, zum Beispiel mit Freiwilligenarbeit ihrer Mitarbeitenden oder Sponsoring sozialer Aktivitäten.

Geht es hingegen um verbindliche Regulierungen, verhalten sich viele Unternehmen skeptisch bis ablehnend. Wie können sie belegen, dass ihre Einflussnahme auf die Politik ihnen nicht nur dazu dient ökonomische Hindernisse aus dem Weg zu räumen, sondern dass sie sich auch für soziale und ökologische Verträglichkeit einsetzen?

4. Die Frage der politischen Einflussnahme durch Verbände

Der Fokus der Umfrage auf Parteispenden sollte nicht davon ablenken, dass Parteien nur *ein* Vehikel politischer Einflussnahme sind. Wer führt Buch über die Parteispenden von Branchen- und Wirtschaftsverbänden oder über die Beträge, die an PR-Agenturen und Lobbyisten gehen? Viele politische Kampagnen und Kandidaturen werden auch über solche Kanäle alimentiert. Dabei geht es oft um bedeutend grössere Geldbeträge, als sie den Parteien zur Verfügung stehen.

Die politische Arbeit von Verbänden, besonders von Dachverbänden, ist auch deshalb problematisch, weil sie von zum Teil widerstrebenden Interessen geprägt ist. Ein Beispiel ist die kürzliche Unterstützung zweier Berner Verbände (Handels- und Industrieverband und Berner KMU) für einen Ständeratskandidaten, welcher der Personenfreizügigkeit ablehnend gegenübersteht. Für Unternehmen, die diese Verbände finanziell unterstützen, kann hier ein Konflikt entstehen – von deren Aktionariat ganz zu schweigen.

ACTARES wünscht sich beim Thema der politischen Einflussnahme durch Verbände grundsätzlich mehr Transparenz: zum einen darüber, wie Verbände politische Entscheide fällen; zum anderen, welche spezifischen politischen Aktionen mit Beiträgen von Unternehmen finanziert werden.

5. Was muss sich ändern?

ACTARES akzeptiert, dass Unternehmen sich in Branchenverbänden organisieren und durch diese ihre Geschäftsinteressen auch in den politischen Prozess einbringen. Es kann jedoch nicht angehen, dass Unternehmen pauschal gewisse Parteien unterstützen oder die Partikularinteressen von Management und Verwaltungsrat vertreten – gegen die Interessen des Aktionariats, welches meist Pensionskassen und andere Sozialversicherungswerke mit einschliesst.

ACTARES fordert Unternehmen deshalb auf:

- politische Aktionen, die im Gegensatz zum Interesse des Aktionariats stehen, zu unterlassen.
- keine politischen Parteien zu unterstützen oder darüber zumindest proaktiv und transparent zu informieren.

ACTARES fordert Unternehmen ausserdem dazu auf, Richtlinien zum Thema des politischen Engagements zu erlassen und diese öffentlich zu machen. Diese sollen sowohl die direkte Unterstützung von politischen Parteien, Initiativen, Kampagnen und Wahlen sowie den Bereich der Branchenverbände und des Lobbyings umfassen.

Bern/Genf, 13. Juli 2011