

Beschluss der Präsidentinnen und Präsidenten der Rechnungshöfe des Bundes und der Länder in Neuss vom 07. bis 09.05.2001:

Verwendung öffentlicher Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit der Parlamentsfraktionen

Abgrenzungskriterien

Die nachstehenden Abgrenzungskriterien werden als geeigneter Orientierungsrahmen für künftige Prüfungen angesehen. Kriterien können nur Anhaltspunkte sein. Entscheidend sind die Umstände des Einzelfalls:

1. Die Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit der Fraktionen aus Haushaltsmitteln ist unter Beachtung von Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit grundsätzlich zulässig, wenn sie allgemein formalen und zugleich inhaltlichen Kriterien genügt, die den Bezug zur parlamentarischen Arbeit der Fraktion begründen. Die Öffentlichkeitsarbeit muss sich unmittelbar auf die vergangene, gegenwärtige oder aktuell zukünftige Tätigkeit der Fraktion im Parlament beziehen. Die Fraktion muss bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit deutlich als Fraktion in Erscheinung treten.
2. Die Öffentlichkeitsarbeit aus Fraktionszuschüssen darf in der engeren Vorwahlzeit (etwa sechs Monate vor dem Wahltag) fortgesetzt, aber nicht gezielt verstärkt werden. Sie darf nicht auf Wahlwerbung ausgerichtet sein. In der Schlussphase des Wahlkampfes (Phase, in der die allgemeine Wahlwerbung durch Plakate im Straßenbild stattfindet; sie beginnt etwa sechs Wochen vor dem Wahltag) sind für den Einsatz öffentlicher Mittel besonders strenge Maßstäbe anzulegen.
3. Die Grenze zwischen der zulässigen und der unzulässigen Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit ist überschritten, wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt, insbesondere bei Sympathiewerbung für die Fraktion oder für einzelne Fraktionsmitglieder.
4. Die Öffentlichkeitsarbeit der Fraktion muss beim Bürger bereits den Eindruck einer werbenden Einflussnahme zugunsten einer Partei oder eines Wahlbewerbers/-bewerberin vermeiden. Dieser Eindruck kann insbesondere bei den typischen Formen von Öffentlichkeitsarbeit der Parteien wie Plakat- und Flugblattaktionen, Briefkastenverteilung und bedruckten Werbeartikeln (Kugelschreiber, Luftballons, Stofftiere etc.) entstehen. Eine unangemessene Auflagen-

höhe für schriftliches Material, das von den Fraktionen herausgegeben wird, kann ein Indiz dafür sein, dass die Grenze zur unzulässigen Wahlwerbung überschritten wird.

5. Die Fraktionen müssen Vorkehrungen treffen, dass die für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit hergestellten Druckwerke oder andere aus Mitteln der Fraktion finanzierte Erzeugnisse nicht von den Parteien (z. B. zur Wahlwerbung) eingesetzt werden.
6. Die anteilige Finanzierung von gemeinsamen Publikationen und gemeinsamen Veranstaltungen von Fraktion und Partei stößt an die Grenzen der Zulässigkeit (Verbot der Parteifinanzierung).
7. Von den Fraktionen im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit veranstaltete Umfragen müssen der Informationsgewinnung für die parlamentarische Arbeit dienen. Die „Sonntagsfrage“ und die Ermittlung von Sympathiewerten für Politiker gehören nicht zu den Fraktionsaufgaben.