



Fraktionswahlkampf auf Steuerzahlerkosten

Damit die Fraktionen in den Parlamenten ordentlich arbeiten können, werden sie vom Steuerzahler finanziert. Die sechs im Abgeordnetenhaus vertretenen Fraktionen bekommen monatlich pauschal jeweils 53.030 Euro. Zusätzlich bekommen sie pro Abgeordneten 4.470 Euro monatlich. Die drei Oppositionsfraktionen erhalten zusätzlich einen sogenannten Oppositionszuschlag in Höhe von 25.158 Euro, weil sie nicht in gleichem Maße auf die Verwaltungen zurückgreifen können wie die drei Regierungsfaktionen. *Quelle: Berliner Morgenpost 15.12.2019*

Natürlich ist es das gute Recht der Fraktionen Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, um den Bürger:innen ihre Existenzberechtigung nachzuweisen. Das geschieht vornehmlich in zahllosen Broschüren, die irgendwo ziemlich unbeachtet herumliegen.

In Wahlkampfzeiten sind die Fraktionen besonders mitteilungsbedürftig, obwohl für Wahlkämpfe eigentlich die Parteien und nicht deren Fraktionen zuständig sind.

wird beschrieben, was wir die Mitgliedern der Fraktion zu verdanken haben.



Die SPD ist nicht besser. Deren Abgeordnetenhausfraktion schaltete letzte Woche eine Doppelseite in der *Berliner Woche*. Konsequent. Kostenfrei. Knorke. Nur nicht für den Steuerzahler.



Die CDU hat fast eine Million Euro von einem Immobilien-Investor gespendet bekommen. Das Geld braucht sie vermutlich aber für die heiße Phase des Wahlkampfes. Bis dahin finanziert sie ihre Anzeigen aus der Fraktionskasse. Schon mehrfach erschienen Anzeigen in der *Berliner Woche* auf der Titelseite und der folgenden Seite 2, ganzseitig. Im Anzeigentext



Besonders raffiniert verhält sich die Grüne Wirtschaftsministerin **Ramona Pop**. Sie lässt ihre Fünf-Jahres-Bilanz-Anzeige aus den Mitteln ihrer Verwaltung finanzieren. Ganz legal. Die Anzeige erschien im Tagesspiegel Newsletter „*Checkpoint*“. An keiner Stelle taucht der Parteiname „*Bündnis 90 / Die Grünen*“ auf. Warum auch. In den letzten fünf Jahren wird ja wohl jeder mitbekommen haben, zu welcher Partei Frau Pop gehört.

Wir finanzieren also die Werbung für die Parteien über den Umweg der Fraktionen. Ein fantastisches Modell, um die Parteikassen zu schonen. Wenn doch bloß unsere Politiker in allen Bereichen so kreativ wären wie bei der Wahlkampffinanzierung.

Ed Koch