

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
Einleitung	19
A. Problemaufriss	19
B. Einführung in die verfassungsrechtliche Problematik	22
C. Gang der Untersuchung	24
1. Kapitel: Überblick über das US-amerikanische System der Wahlkampffinanzierung	27
A. Kandidatenbezogene Wahlkämpfe	27
B. Überblick über die maßgeblichen Finanzierungsquellen und Geldgeber	29
I. Dominanz der privaten Finanzierungsquellen	29
1. Zuwendungen von Einzelpersonen	30
a. Individualspenden	30
b. Independent expenditures	33
2. Zuwendungen von Political Action Committees (PACs)	33
3. Unternehmenszuwendungen	35
a. Spenden	36
aa. Spendenvergabe über PACs	37
bb. Spendenvergabe über 527- und 501(c)- Organisationen	39
b. Independent expenditures (politische Wahlwerbung)	42
aa. Bedeutung der independent expenditures und Auswirkungen des Citizens United-Urteils	42
bb. Einfluss der Super-PACs im Präsidentenwahlkampf 2011/2012	45
II. Untergeordnete Rolle der staatlichen Finanzierungsquellen	49
III. Zwischenergebnis	51

2. Kapitel: Überblick über die Entwicklung der Gesetzeslage und der Supreme Court-Rechtsprechung zur Wahlkampffinanzierung durch Unternehmen	53
A. Gesetzliche Regelungen	53
I. Tillman Act und Taft-Hartley Act	53
II. Federal Election Campaign Act	54
III. Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA)	56
B. Entwicklung der Supreme Court-Rechtsprechung zur Wahlkampffinanzierung durch Unternehmen	59
I. Buckley v. Valeo	60
II. First National Bank of Boston v. Bellotti	63
III. FEC v. Massachusetts Citizens for Life	65
IV. Austin v. Michigan State Chamber of Commerce	67
V. McConnell v. FEC	68
VI. FEC v. Wisconsin Right to Life, Inc.	69
VII. Citizens United v. FEC	70
1. Hintergrund der Entscheidung	71
2. Die Entscheidung	72
a. Der Mehrheitsbeschluss	72
b. Übereinstimmende Sondervoten	76
c. Abweichende Sondervoten	77
VIII. Analyse der Rechtsprechung	81
3. Kapitel: Verfassungsrechtliche Untersuchung am Maßstab des First Amendment	89
A. Einführende Anmerkungen zum Grundrecht der Meinungsfreiheit	90
B. Die finanzielle Unterstützung von Wahlkämpfen als „Meinungsäußerung“ im Sinne des First Amendment	94
C. Anwendbarkeit des First Amendment auf Unternehmen	96
I. Generelle Anwendbarkeit von Grundrechten auf Unternehmen	96
II. Anwendbarkeit des First Amendment auf Unternehmen	99
1. Wortlaut	102
2. Verfassungssystematik	103
3. Entstehungsgeschichtliche und historische Auslegung	104

4. Sinngehalt und Zweck der Meinungsfreiheit im Rahmen des First Amendment	107
a. Perspektive des Individuums	110
b. Perspektive der Gesellschaft	112
aa. Die Meinungsfreiheit als Mittel zur Gewährleistung eines freien Wettbewerbs der Ideen	112
bb. Die Bedeutung der Meinungsfreiheit für demokratische Entscheidungsprozesse	114
D. Anwendbarkeit des First Amendment auf Wahlkampffinanzierungsaktivitäten von Unternehmen	116
I. Perspektive des Individuums	117
1. Börsennotierte Kapitalgesellschaften mit erwerbswirtschaftlicher Zwecksetzung	122
a. Die Interessenlage des einzelnen Gesellschafters im Hinblick auf die Verwendung von Unternehmensmitteln für Wahlkampfaktivitäten	123
aa. Stimmrechte des einzelnen Gesellschafters	124
aaa. Stimmrechte bezüglich der Art der Geschäfte des Unternehmens	124
bbb. Stimmrechte im Hinblick auf die Ernennung der Manager	126
ccc. Zwischenergebnis	127
bb. Informationsrechte des einzelnen Gesellschafters	128
aaa. Bundesrechtliche Bestimmungen	128
bbb. Bestimmungen der Einzelstaaten	131
ccc. Zwischenergebnis	132
cc. Gleichlauf oder Divergenz der Interessen von Gesellschaftern und Unternehmensführung?	133
dd. Finanzielle Gesichtspunkte	136
ee. Interventionsmöglichkeiten und Rechtsmittel nach geltendem Gesellschaftsrecht	137
aaa. Aktionärsklage	137
(1) Ultra vires-Klage	138
(2) Klage wegen Verletzung treuhänderischer Pflichten	141
bbb. Verkauf der eigenen Anteile	142

ccc. Vorschlagsrecht der Gesellschafter	144
ff. Ergebnis	145
b. Die Interessenlage anderer Akteure (stakeholder) im Hinblick auf die Verwendung von Unternehmensmitteln für Wahlkampfaktivitäten	145
c. Ergebnis	147
2. Unternehmen mit gemeinnütziger Zwecksetzung	148
3. Einpersonengesellschaften und andere Gesellschaften mit überschaubarem Gesellschafterkreis	150
4. Ergebnis	152
II. Perspektive der Gesellschaft	152
III. Eingeschränkter Schutz von Wahlkampfaußerungen von Unternehmen	156
E. Argumente für gesetzliche Einschränkungen der Wahlkampffinanzierung durch Unternehmen	159
I. Verzerrung des Prozesses der freien politischen Willensbildung durch Ausnutzung einer wirtschaftlichen Machtstellung	160
II. Verletzung des Rechts auf gleiche Teilhabe an der politischen Willensbildung	164
III. Gefahr von Korruption	169
F. Ergebnis	174
4. Kapitel: Reformvorschlag	177
A. Maßnahmen zum Schutz der Interessen der Gesellschafter	177
I. Finanzierung von Wahlkampfspenden und Wahlwerbung aus Mitteln eines Political Action Committees	178
II. Verbesserung der gesellschaftsrechtlichen Publizitätspflichten	179
III. Erweiterung der Stimmrechte der Gesellschafter	182
IV. Überwachung des Managements und persönliche Haftung der Manager	184
V. Opting Out-Möglichkeiten	185
B. Maßnahmen zum Schutz des Rechts auf chancengleiche Teilhabe an der politischen Willensbildung	186
C. Erweiterung der staatlichen Wahlkampffinanzierung	187
D. Ergebnis	189

5. Kapitel: Andere Sachfragen, andere Rechtsfragen? – Ein Seitenblick nach Deutschland	191
A. Überblick über die Finanzierung von Wahlkämpfen in Deutschland	191
I. Parteienbezogene Finanzierung vs. kandidatenbezogene Finanzierung v. Wahlkämpfen	191
II. Größere Bedeutung der staatlichen Finanzierungsquellen	193
III. Bedeutung und Regelung der Wahlkampffinanzierung durch Unternehmen	195
1. Unternehmensspenden	195
a. Zulässigkeit von Unternehmensspenden nach dem Parteiengesetz	195
b. Rechenschaftspflichten in Bezug auf Unternehmensspenden nach dem Parteiengesetz	197
2. Wahlwerbung	198
B. Verfassungsrechtliche Vorgaben für die Wahlkampffinanzierung durch Unternehmen	202
I. Schutz von Wahlkampffinanzierungsaktivitäten von Unternehmen durch das Grundrecht der Meinungsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	202
1. Die Spendenvergabe und das Betreiben von politischer Wahlwerbung als Meinungsäußerungen im Sinne des Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	202
2. Unternehmen als Träger der Meinungsfreiheit?	205
a. Das Wesen der Grundrechte und ihre wesensmäßige Anwendbarkeit auf juristische Personen	206
aa. Zum Wesen der Grundrechte in der Verfassungsordnung des Grundgesetzes	206
bb. Zur wesensmäßigen Anwendbarkeit der Grundrechte auf juristische Personen	209
b. Wesensmäßige Anwendbarkeit des Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG auf politische Meinungsäußerungen von Unternehmen	210
aa. Stand der wissenschaftlichen Diskussion	210
bb. Eigene Ansicht	213
II. Argumente für gesetzliche Einschränkungen der Wahlkampffinanzierung durch Unternehmen	218

C. Rechtspolitischer Ertrag der rechtsvergleichenden Überlegungen	223
I. Regelungsbedarf im Hinblick auf direkte Unternehmensspenden	224
II. Regelungsbedarf im Hinblick auf politische Wahlwerbung	226
Schlussbemerkung	229
Literaturverzeichnis	231
Stichwortverzeichnis	239