

**Landeszentrale für Medien
und Kommunikation (LMK)**

Abteilung Justitiariat,
Zulassung und Aufsicht,
Verwaltung und Rechtsangelegenheiten

M E R K B L A T T

Informationen für rheinland-pfälzische Rundfunkveranstalter bezüglich der Ausstrahlung von Wahlwerbung

I. Grundsätzliches Verbot politischer Werbung (§ 7 Abs. 9 RStV)

Grundsätzlich ist Werbung politischer Art in Hörfunk und Fernsehen gemäß § 7 Abs. 9 des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) unzulässig. Mit dieser Bestimmung soll im Sinne des dienenden Charakters der Rundfunkfreiheit verhindert werden, dass einzelne gesellschaftliche Gruppierungen und Kräfte die öffentliche Meinungsbildung durch den Ankauf von Werbezeiten beeinflussen. Anderenfalls könnten sich z.B. Parteien rundfunkmäßig betätigen, ohne dass die Zulassungsregeln für rheinland-pfälzische Rundfunkveranstalter Anwendung fänden.

Aus dem Verbot politischer Werbung in § 7 Abs. 9 RStV folgt, dass mit Bezug auf politische Wahlen (und ihre Kandidaten) grundsätzlich nur rein redaktionelle Sendebeiträge zulässig sind. Auch für solche darf ein Rundfunkveranstalter kein Entgelt oder sonstige Gegenleistung verlangen oder annehmen. Wahlwerbung ist demgegenüber allein in den Fällen erlaubt, in denen das Gesetz sie ausdrücklich zulässt.

II. Zulässige Wahlwerbung gem. § 42 Abs. 2 RStV bzw. § 19 Abs. 2 und 3 LMG

Gemäß § 42 Abs. 2 RStV bzw. § 19 Abs. 2 und 3 Landesmediengesetz (LMG) wird Parteien im Vorfeld von Wahlen zum Deutschen Bundestag, zum Europäischen Parlament oder zum Landtag Rheinland-Pfalz ein Recht auf Einräumung von Drittsendezeit gegenüber Rundfunkveranstaltern gewährt, wobei allerdings nach der Art der gegenständlichen Wahl und des betroffenen Rundfunkprogramms differenziert wird.

- Bei **Bundestagswahlen** ist Wahlwerbung zu verbreiten in bundesweit verbreiteten Programmen sowie in landesweit verbreiteten Vollprogrammen für Parteien, für die mindestens eine Landesliste zugelassen wurde. In landesweit verbreiteten Spartenprogrammen oder in regional bzw. lokal verbreiteten Programmen ist sie unzulässig.
- Bei Wahlen der Abgeordneten aus der Bundesrepublik Deutschland für das **Europäische Parlament** ist Wahlwerbung zu verbreiten in bundesweit verbreiteten Programmen sowie

in landesweit verbreiteten Vollprogrammen für Parteien und sonstige politische Vereinigungen, für die mindestens ein Wahlvorschlag zugelassen wurde. In landesweit verbreiteten Spartenprogrammen oder in regional bzw. lokal verbreiteten Programmen ist sie unzulässig.

- Bei **Landtagswahlen** ist Wahlwerbung zu verbreiten in landesweit verbreiteten Vollprogrammen für Parteien, für die mindestens ein Listenvorschlag oder eine Landesliste zugelassen worden ist. In landesweit verbreiteten Spartenprogrammen oder in regional bzw. lokal verbreiteten Programmen ist sie unzulässig.

Ausschlaggebend für den Anspruch auf Einräumung der betreffenden Sendezeit ist die Zulassung zur Wahl. Es reicht nicht, dass ein Wahlvorschlag lediglich eingereicht worden ist. Die Verpflichtung des Veranstalters zur Ausstrahlung von Wahlwerbung für eine bestimmte Partei setzt zudem voraus, dass der Anspruch rechtzeitig geltend gemacht wird; der Veranstalter soll dadurch genügend Zeit für Prüfung und Planung erhalten.

Bei **Kommunalwahlen** kann Wahlwerbung ausgestrahlt werden in landesweit verbreiteten Vollprogrammen sowie auch in regional bzw. lokal verbreiteten Programmen für zugelassene Parteien, Wählergruppen oder Einzelbewerber. Hier besteht kein Anspruch auf Ausstrahlung der Wahlwerbung. Wenn sich ein Veranstalter hierzu entschließt, hat er aber den Grundsatz der Chancengleichheit zu beachten.

III. Inhalt der Wahlwerbesspots

Der jeweilige Veranstalter ist für den Inhalt der Wahlwerbesspots nicht verantwortlich. Eine materielle Kontrolle ist ihm hier weitgehend verwehrt. Er hat vor Ausstrahlung des Wahlwerbesspots lediglich zu prüfen, ob es sich überhaupt um Wahlwerbung handelt und ob die Sendung nicht **offensichtlich** gegen allgemeine Gesetze, insbesondere Strafvorschriften, verstößt.

1. Definition der Wahlwerbung

Der Begriff der Wahlwerbung darf nicht zu eng ausgelegt werden. Gefordert ist lediglich ein inhaltlicher Bezug zur Wahl und zum angestrebten Wahlerfolg. Wahlwerbung sind alle Maßnahmen, die darauf abzielen, Bürger zur Stimmangabe für eine bestimmte Partei oder für bestimmte Wahlbewerber zu bewegen.

2. Unzulässiger Inhalt

Wahlwerbesspots können von den Veranstaltern nur dann zurückgewiesen werden, wenn ein Verstoß gegen die allgemeinen Gesetze, insbesondere Strafgesetze wie z. B.

- § 90a Abs. 1 StGB (Verunglimpfung des Staates und seiner Symbole),
- § 86a StGB (Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen),
- § 130 StGB (Volksverhetzung)

oder die Menschenwürde **evident** ist und nicht leicht wiegt (BVerfG, NJW 1978, 1043ff.).

Die Evidenz eines möglichen Verstoßes ist an Kriterien wie der Intensität des Angriffs, der Sensibilität der Bevölkerung für derartige Angriffe und der Position der betroffenen Gruppen zu messen (vgl. LG Hamburg, AfP 1994, 55f.).

Ein evidenter Verstoß liegt dann noch nicht vor, wenn eine Partei im Verdacht steht, verfassungswidrig zu sein. Über die Verfassungswidrigkeit einer Partei entscheidet allein das Bundesverfassungsgericht (BVerfGE 47, 228). Der Veranstalter kann einer Partei ohne Vorliegen einer entsprechenden Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts somit nicht vorhalten, dass ein Spot aufgrund des Verdachts der Verfassungswidrigkeit nicht ausgestrahlt werden soll.

IV. Verteilung, Länge und Maßgaben der Ausstrahlung von Wahlwerbespots

1. Chancengleiche Verteilung auf die verschiedenen Parteien

Den Parteien bzw. Bewerbern ist **angemessene Sendezeit** zur Verfügung zu stellen. Für die Beurteilung dessen, was angemessen ist, wird der Grundsatz der Chancengleichheit der politischen Parteien gemäß § 5 Abs. 1-3 des Parteiengesetzes (PartG) herangezogen.

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) bedeutet Chancengleichheit nicht völlige Egalität, eine abgestufte Behandlung der Parteien ist möglich (BVerfGE 7, 108). Die abgestufte Vergabe von Sendezeit bemisst sich gemäß der Rechtsprechung des BVerfG (BVerfGE 14, 134) nach der Bedeutung der Partei; diese richtet sich nach folgenden Kriterien:

- Mitgliederzahl
- Dauer des Bestehens
- Umfang und Ausbau des Organisationsnetzes
- Vertretung im jeweiligen Parlament bzw. Stadt- oder Gemeinderat (letztes Wahlergebnis)
- Häufigkeit des Einzuges in das jeweilige Parlament bzw. den Stadt- oder Gemeinderat

In Anwendung von § 5 Abs. 1 S. 4 PartG müssen Wahlsendezeiten einer Partei, die im Bundestag in Fraktionsstärke vertreten ist, mindestens halb so lang wie für jede andere Partei sein. (D.h., dass beispielsweise Parteien wie Bündnis 90 / Die Grünen oder Die LINKE mindestens halb so viel Sendezeit einzuräumen ist wie SPD oder CDU.)

Grundsätzlich soll jeder Partei Sendezeit für mindestens zwei Spots zur Verfügung gestellt werden. Die größte Partei darf nicht mehr als viermal so viel Sendezeit erhalten wie die kleinste.

Nach einem Grobraster (vgl. Jene/Klute, AfP 1994, 96) kann die zu verteilende Sendezeit in anteiligen Verhältnissen von 2:4:8 bemessen werden:

- nicht im Parlament (EP/BT/LT) bzw. Stadt- oder Gemeinderat vertretene Parteien: **2 Spots**
- im Parlament bzw. Stadt- oder Gemeinderat gering vertretene Parteien: **4 Spots**
- im Parlament bzw. Stadt- oder Gemeinderat stark vertretene Parteien: **8 Spots**

Die so errechnete Gesamtsendezeit kann nach den Vorstellungen der Parteien frei proportioniert werden.

Der Veranstalter ist nach den Maßgaben des § 19 Abs. 2 und 3 LMG verpflichtet, ein chancengleiches System von Wahlsendezeiten – empfehlenswerter Weise nach einem frühzeitig festgelegten Sendeplan – anzubieten und soweit wie möglich zu verwirklichen. Gehen Parteien auf dieses Angebot nicht ein, ist dies unschädlich. Allerdings darf der Sendeplan hier nicht mehr nachträglich zugunsten einer bestimmten Partei einseitig abgeändert werden.

2. Spotlänge

Die **jeweilige Spotlänge** hat sich an der gängigen Länge von journalistischen Beiträgen zu orientieren, denn Wahlwerbespots haben im Gegensatz zu wirtschaftlicher Werbung meinungsbildenden Charakter. Man wird eine Länge von etwa 1,5 Minuten zugrunde zu legen haben. Verkürzungen können jedoch je nach Programmart, insbesondere bei regional- oder landesweit zugelassenen Programmen, erforderlich sein, um den privaten Rundfunkveranstalter nicht zu sehr in seiner Rundfunkfreiheit und seiner Privatautonomie einzuschränken (vgl. OLG Köln, AfP 1993, 766). Eine Spotlänge von 30 Sekunden sollte aus Gründen der Programmorganisation und der Gewährung eines Mindestmaßes an politischer Information aber nicht unterschritten werden.

3. Sonstige Vorgaben

- Die Spots müssen in der Hauptsendezeit platziert werden. Beim Hörfunk ist dies die Zeit zwischen 06.00 und 19.00 Uhr, beim Fernsehen die zwischen 17.00 bis 23.00 Uhr.
- Allen Parteien ist ein gleichwertiger Sendezeitpunkt einzuräumen.
- Die Ausstrahlung soll regelmäßig im Zeitraum zwischen dem 31. und dem vorletzten Tag vor dem Wahltag erfolgen.
- Wahlwerbung ist durch An- und Absagen vom übrigen Programm zu trennen und als Wahlwerbung zu kennzeichnen. In beiden ist darauf hinzuweisen (TV: verbal und visuell, z.B. Tafel), dass der Inhalt von den Parteien selbst verantwortet wird. Die Dauer von An- und Absage werden nicht auf die Spotlänge angerechnet.
- Wahlwerbung wird nicht im Rahmen von Wirtschaftswerbung („Werbeblock“) platziert.

V. **Sendekosten**

Wahlwerbung darf nur gegen Erstattung der **Selbstkosten** ausgestrahlt werden – sie stellt also keine Einnahmequelle für Rundfunkveranstalter dar, es kann keine Kostenerstattung in Höhe der Tarife für sonstige Werbeschaltungen verlangt werden!

Der Begriff der Selbstkosten erfasst die nur sog. unmittelbaren Kosten. Hierunter versteht man diejenigen Kosten, welche mit der Ausstrahlung der Sendung verbunden sind wie z. B. anteilige Sendekosten, anteilige Energiekosten sowie Personalkosten, die unmittelbar angefallen sind, um die Sendung zu verbreiten.

Mittelbare Kosten wie beispielsweise Verwaltungs-, Material- oder Betriebskosten können hingegen nicht anteilig verlangt werden, da diese unabhängig von der Ausstrahlung einzelner Sendungen entstehen.

Die Obergrenze für die sog. Selbstkosten ist jedenfalls dann eingehalten, wenn 35 % des für die Wirtschaftswerbung geltenden Sekundenpreises verlangt werden.

VI. Informationen und Beratung

Sollten Sie weitere Fragen zu der Ausstrahlung von Wahlwerbung haben, können Sie sich selbstverständlich gerne an die LMK wenden.

Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK)
Rheinland-Pfalz
Turmstraße 10
67059 Ludwigshafen

Ihre Ansprechpartnerin ist:

Barbara Beck-Grillmeier
Referentin Rechtsangelegenheiten
Zulassung und Aufsicht
Tel.: 0621 / 5202-225
Fax: 0621 / 5202-152
E-Mail: beck@lmk-online.de