

Rechtliche Informationen zur Wahlwerbung im privaten Rundfunk in Mecklenburg-Vorpommern

(Stand: 09.01.2025)

Anlässlich der bevorstehenden Bundestagswahl 2025 werden allen zugelassenen Rundfunkveranstaltern in Mecklenburg-Vorpommern folgende Hinweise geben:

1. Rechtlicher Rahmen

In § 37 Abs. 9 RundfG M-V heißt es unter anderem:

„Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist, mit Ausnahme von Wahlwerbung (...) unzulässig. (...) Stellt ein Veranstalter Parteien, Vereinigungen, Einzelbewerberinnen oder Einzelbewerber, für die in Mecklenburg-Vorpommern ein Wahlvorschlag zu Kommunalwahlen, zum Landtag Mecklenburg-Vorpommerns, zum Deutschen Bundestag oder zum Europäischen Parlament zugelassen worden ist, Sendezeiten zur Vorbereitung der Wahlen zur Verfügung, gilt § 5 Absatz 1 bis 3 des Parteiengesetzes entsprechend. Ein Anspruch auf Sendeplatzzeiteinräumung besteht nicht. Die Veranstalter können die Erstattung ihrer Selbstkosten verlangen.“

2. Freie Entscheidung, ob Sie Wahlwerbung senden – Wenn ja, gibt es Regeln in der Umsetzung

Erläuternd hat der Gesetzgeber in seiner Gesetzesbegründung ausgeführt, dass keine Verpflichtung zur Einräumung von Wahlsendezeiten besteht. *„Veranstalter, die (aber) freiwillig solche Sendezeiten gewähren, haben die Gleichbehandlung zu gewährleisten. Inwieweit zwischen den Parteien und Wählergruppen hinsichtlich der Dauer der Wahlsendungen unter Berücksichtigung des Gleichbehandlungsgrundsatzes differenziert werden darf, bestimmt sich nach § 5 des Parteiengesetzes, der auf Artikel 21 Absatz 1 des Grundgesetzes beruht, in Verbindung mit der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. (...) Bei der Bemessung der Sendezeit gilt wiederum § 5 Abs. 1 – 3 PartG. Es gilt insofern der Grundsatz der Gleichbehandlung, der je nach Bedeutung eine Abstufung der Sendezeiten erfordert.“*

Sofern sich ein Veranstalter dafür entscheidet, Wahlwerbung zu senden, muss er ein chancengleich gestaltetes System von Wahlsendezeiten anbieten und soweit wie möglich verwirklichen. Wahlwerbung darf dann nur innerhalb der festgelegten Wahlsendezeiten stattfinden. Empfohlen wird insoweit, einen Sendeplan zu erstellen und ihn den Wahlbewerbern zu übermitteln. Nachträgliche Veränderungen des Sendeplans zugunsten einer bestimmten Partei darf der Veranstalter nicht vornehmen. Die Bewerber können dann die entsprechend angebotene Sendezeit in Anspruch nehmen. Sofern sie die Zeiten nicht nutzen, können sie grundsätzlich keine neuen Sendetermine verlangen.

Da die Verantwortlichkeit für Wahlsendungen nicht bei dem Rundfunkveranstalter, sondern bei demjenigen liegt, dem die Sendezeit eingeräumt wurde, müssen Wahlsendungen insgesamt oder einzeln nicht in sich ausgewogen sein oder besondere Programmgrundsätze einhalten. Im Rahmen einer inhaltlichen Überprüfung der auszustrahlenden Sendungen darf der Rundfunkveranstalter nur prüfen, ob es sich überhaupt um Wahlwerbung handelt und ob die Sendung nicht offensichtlich gegen allgemeine Gesetze, insbesondere Strafvorschriften, verstößt.

3. Begriff Wahlwerbung

Die eingereichten Wahlspots müssen Wahlwerbung darstellen. Bei der Frage, ob ein eingereicherter Beitrag tatsächlich eine Wahlwerbung darstellt, ist entscheidend, ob es sich um eine Maßnahme handelt, die den Bürger zur Stimmabgabe für eine bestimmte Partei bzw. eine bestimmte Bewerberin/einen bestimmten Bewerber für die konkret bevorstehende Wahl bewegen soll. Die Wahlwerbung muss einen inhaltlichen Bezug zu der bevorstehenden Wahl aufweisen und auf die Erzielung eines Wahlerfolgs gerichtet sein.

4. Inhalt der Wahlspots und Ablehnungsgründe

Hinsichtlich zulässigen Inhalts von Wahlwerbesendungen ist auf folgende Kriterien abzustellen:

- Bei der Frage, ob Wahlwerbung vorliegt, darf nicht darauf abgestellt werden, ob die in dem Spot dargelegten Ziele inhaltlich mit der verfassungsmäßigen Ordnung des Grundgesetzes in Einklang stehen oder ob die werbende Partei bzw. deren Kandidaten beabsichtigen, in den Parlamenten für die Bewahrung der verfassungsmäßigen Ordnung einzutreten.
- Die Veranstalter sind jedoch berechtigt, die Wahlspots der politischen Parteien daraufhin zu überprüfen, ob sie gegen allgemeine Gesetze verstoßen. Zur Zurückweisung solcher Wahlspots sind die Veranstalter indessen nur dann befugt, wenn der Verstoß gegen die allgemeinen Gesetze evident ist und nicht leicht wiegt.

Allgemeine Gesetze sind insbesondere Strafgesetze.

- Außer Verstöße gegen die Vorschriften des § 90 a Abs. 1 StGB (Verunglimpfung des Staates und seiner Symbole), des § 90 b Abs. 1 StGB (Verfassungsfeindliche Verunglimpfung von Verfassungsorganen), des § 90 c Abs. 1 StGB (Verunglimpfung von Symbolen der Europäischen Union) und des § 86 a StGB (Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen) kommen als Ablehnungsgrund insbesondere Verstöße gegen § 130 StGB (Volksverhetzung) und § 131 StGB (Gewaltdarstellung) in Betracht.
- In Bezug auf das formelle Erfordernis der Allgemeinheit hat das Bundesverfassungsgericht im Übrigen mit Beschluss vom 22. Juni 2018 eine Ausnahme für Gesetze anerkannt, die auf die Verhinderung einer propagandistischen Affirmation der nationalsozialistischen Gewalt- und Willkürherrschaft zwischen den Jahren 1933 und 1945 zielen.
- Allgemeine Gesetze sind im Übrigen auch die Bestimmungen des RundfG M-V, des MStV und des JMStV.
- Ferner ist darauf hinzuweisen, dass ein Verstoß gegen den in Art. 1 GG verfassungsrechtlich geschützten Grundsatz der Beachtung der Würde des Menschen die Zurückweisung eines Wahlwerbespots rechtfertigt.

5. Gewichtung im Sendeplan

Bei der Erstellung des Sendeplans ist darauf zu achten, dass zugelassenen Bewerbern (Parteien, Vereinigungen oder Einzelpersonen) eine „angemessene Sendezeit“ eingeräumt wird.

Das zur Verfügung zu stellende Zeitvolumen ist daher grundsätzlich zu errechnen aus der Anzahl der Spots und ihrer jeweiligen Länge. Die Spotlänge orientiert sich in der bisherigen Praxis an der gängigen Länge journalistischer Beiträge. Vor diesem Hintergrund erscheint es plausibel, hinsichtlich der Spotlänge im Grundsatz einen Korridor zwischen einer Länge von 1 Min. und 1,5 Min. zugrunde zu legen, innerhalb dessen die Spotlänge dem Kriterium der „Angemessenheit“ genügt. Es kann je nach Programmart aber auch eine Verkürzung der Spotlänge geben.

Hinsichtlich der Anzahl der Spots ist Ausgangspunkt zunächst einmal das Wahlergebnis bei der letzten Bundestagswahl sowie das Wahlergebnis bei der letzten Wahl zum Europäischen Parlament.

Bei der Anzahl der einzuräumenden Sendeplätze sind außerdem folgende Punkte zu berücksichtigen:

- ◆ Dauer des Bestehens einer Partei
- ◆ Mitgliederzahl einer Partei
- ◆ Umfang der Organisation einer Partei
- ◆ Verbreitung einer Partei in den Parlamenten auf Europa-, Bundes-, Landes- und Kommunalebene
- ◆ Beteiligung einer Partei an Regierungen auf Bundes- und Landesebene
- ◆ sonstige politisch wirksame Tätigkeit einer Partei

Bei der Bemessung der Sendezeit für Wahlwerbung ist nach § 5 Abs. 1 Satz 2 ParteienG als unterste Grenze das für die Erreichung des Zweckes erforderliche Mindestmaß zu beachten. Dieses Mindestmaß muss eine wirksame Wahlwerbung in angemessenem Umfang gewährleisten. Die Wahlwerbung einer kleineren Partei darf grundsätzlich gegenüber der Werbung der großen Parteien nicht erdrückt werden oder untergehen. In der bisherigen Rechtsprechung wird hierzu die Auffassung vertreten, dass hierfür mindestens zwei Spots erforderlich seien, weil erst durch eine Wiederholung überhaupt ein Werbeeffect erzielt werden könne.

Nach der bisherigen Rechtsprechung erhält die größte bzw. stärkste Partei höchstens das Vier- bis Fünffache der kleinsten bzw. schwächsten Partei, weil anderenfalls die Werbung der kleinsten Partei optisch in der Menge der Werbung der großen Parteien untergeht.

Für die Erstellung des Sendeplans und die Bemessung der Sendezeit für die einzelnen zugelassenen Bewerber ist der Rundfunkveranstalter verantwortlich. Ein Berechnungsbeispiel für Wahlsendezeiten zur Bundestagswahl 2025 kann dem [Leitfaden der Medienanstalten zu den Wahlsendezeiten für politische Parteien im bundesweit ausgerichteten privaten Rundfunk entnommen werden](#).

6. Sendeplatz

Die Wahlwerbung muss in der Hauptsendezeit platziert werden und darf nicht in Randzeiten "abgeschoben" werden. Als Hauptsendezeit kann beim Hörfunk die tägliche Sendezeit zwischen 6.00 und 19.00 Uhr und im Fernsehen von 17:00 bis 23:00 Uhr bezeichnet werden. Die Sendezeiten sind nach einem vorher festgelegten Dispositionsplan gleichwertig zu vergeben. Anhaltspunkt für die Sicherung der Gleichwertigkeit der Sendeplätze ist die jeweilige Preiskategorie für Wirtschaftswerbungs-Spots, welche über den Tag differiert. Die Platzierung der Wahlwerbungsspots erfolgt nicht im Rahmen von Wirtschaftswerbung.

7. Kennzeichnung

Wahlsendungen sind als solche zu kennzeichnen. Dies erfordert An- und Absagen, die für alle Parteien gleich sind und nicht auf die jeweilige Spotlänge angerechnet werden. Aus der Kennzeichnung hat hervorzugehen, dass die inhaltliche Verantwortung für diesen Beitrag bei der jeweiligen Partei liegt.

8. Selbstkostenerstattung

Rundfunkveranstalter, die von einem Berechtigten angelieferte Wahlwerbespots senden, können dafür lediglich eine Erstattung ihrer Selbstkosten verlangen. Dabei ist an alle Parteien der gleiche Maßstab anzulegen.

Unter "Selbstkosten" sind technische Grundkosten für den Sendebetrieb zu verstehen, nicht jedoch Kosten für Programm und Programmgestaltung. Daraus folgt, dass keinesfalls eine Kostenerstattung in Höhe der Tarife für Werbeschaltungen verlangt werden kann. Die Berechnung der technischen Grundkosten wird detailliert in der Regel nicht möglich sein und kann deshalb nur durch Formulierung einer Obergrenze erfolgen. Diese liegt bei 35 % des für die Wirtschaftswerbung jeweils geltenden Sekundenpreises. Bedenkt man, dass von den Bruttowerbeeinnahmen nach Abzug von Provision und Rabatten nur ca. 70 % dem Veranstalter als Nettowerbeeinnahmen verbleiben, so erscheint es angemessen, die Hälfte dieses Betrages als Obergrenze derjenigen Kosten anzusetzen, die der Veranstalter für Wahlsendezeiten verlangen kann. Die so errechneten 35 % beziehen sich auf die Werbetarife des jeweiligen Veranstalters, die nach Sendezeit und Sendevolumen differieren. Für Trailer und andere Gestaltungsmittel zur Trennung der Wahlsendezeiten vom redaktionellen Programm kann der Veranstalter keine zusätzlichen Kosten verlangen.

9. Zeitlicher Rahmen

Wahlsendezeiten können nur innerhalb eines begrenzten Zeitraums platziert werden. Dieser wird im Prinzip durch den Zeitpunkt der Wahlzulassung vorgegeben. Sachgerecht wäre danach beispielsweise, die Wahlwerbung ausschließlich in der Zeit zwischen dem 31. und dem vorletzten Tag vor dem Wahltag zu senden.

Diese Zusammenstellung basiert auch auf einer Zusammenfassung der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten für bundesweit zugelassene Rundfunkveranstalter. Da die Grundsätze zum Teil auch für zugelassene Rundfunkveranstalter in Mecklenburg-Vorpommern gelten, wird hierauf ergänzend Bezug genommen: [Leitfaden der Medienanstalten zu den Wahlsendezeiten für politische Parteien im bundesweit ausgerichteten privaten Rundfunk](#).