

# Leitfaden der MSA

## für lokale und regionale Rundfunkveranstalter zur „Wahlwerbung“ bei Kommunalwahlen

---

### 1. Allgemeines

Grundsätzlich ist Werbung politischer Art nach § 8 Abs. 9 des Medienstaatsvertrags verboten. Darunter fallen etwa Inhalte Dritter, die zur Darstellung oder im Interesse parteipolitischer, gesellschaftspolitischer, sozialpolitischer oder vergleichbarer Ziele verbreitet werden.

Auch redaktionelle Inhalte eines Rundfunkveranstalters selbst, die im Auftrag oder im Interesse eines Dritten verbreitet werden, um auf die politische Meinungsbildung einzuwirken, sind politische Werbung.

Dieses generelle Verbot hat eine Ausnahme. Gemäß § 29 Abs. 1 MedienG LSA sind in Sachsen-Anhalt zugelassene Rundfunkveranstalter verpflichtet, den Parteien und Vereinigungen, für die in Sachsen-Anhalt ein Wahlvorschlag zum Landtag, zum Deutschen Bundestag oder zum Europäischen Parlament zugelassen worden ist, auf Antrag im Rahmen des Programmteils, dessen überwiegendes Verbreitungsgebiet in Sachsen-Anhalt liegt, angemessene Sendezeiten und -plätze zur Vorbereitung der betreffenden Wahlen einzuräumen, sog. Drittsendezeiten.

Mit der Gesetzesnovelle vom 21.03.2024 wurde für Kommunalwahlen in § 29 Abs. 1 ein neuer Satz 2 MedienG LSA eingefügt: *„Bei Wahlen auf Gemeinde-, Verbandsgemeinde- oder Kreisebene gilt Satz 1 mit der Maßgabe entsprechend, dass Sendezeiten nur solchen Parteien, Wählergruppen sowie Einzelbewerberinnen und -bewerbern im lokalen oder regionalen Fernsehen einzuräumen sind, die zu der entsprechenden Wahl in dem jeweiligen Sendegebiet zugelassen sind.“*

Die nachfolgenden Hinweise sollen eine Hilfestellung für private lokale Veranstalter bei der Einräumung der gesetzlich geforderten Wahlsendezeit bieten.

Die Rechtsprechung hat in der Vergangenheit die Thematik der „Wahlwerbung“ verfassungsrechtlich konkretisiert, wobei die dabei entwickelten Grundsätze gleichermaßen für öffentlich-rechtliche wie auch private Veranstalter gelten.

Für die „Wahlwerbung“ hat die Frage der Chancengleichheit höchste Priorität und ist Maxime für alle, die Wahlsendezeiten einzuräumen haben. Dabei gilt das Prinzip der sog. abgestuften Chancengleichheit gem. § 5 Abs. 1 Parteiengesetz: *„§ 5 - Gleichbehandlung: (1) Wenn ein Träger öffentlicher Gewalt den Parteien Einrichtungen zur Verfügung stellt oder andere öffentliche Leistungen gewährt, sollen alle Parteien gleichbehandelt werden. Der Umfang der Gewährung kann nach der Bedeutung der Parteien bis zu dem für die Erreichung ihres Zweckes erforderlichen Mindestmaß abgestuft werden. Die Bedeutung der Parteien bemisst sich insbesondere auch nach den Ergebnissen vorausgegangener Wahlen zu Volksvertretungen. Für eine Partei, die im Bundestag in Fraktionsstärke vertreten ist, muss der Umfang der Gewährung mindestens halb so groß wie für jede andere Partei sein.“*

Private Veranstalter müssen vor diesem Hintergrund ein chancengleich gestaltetes System der Wahlsendezeiten anbieten. Gehen Parteien auf dieses Angebot nicht ein, ist die Verpflichtung der Veranstalter gleichwohl erfüllt.

## **2. Berechtigte**

Gemäß § 29 Abs. 1 MedienG LSA sind Parteien, Vereinigungen und Einzelbewerbern, für die im Sendegebiet ein Wahlvorschlag zugelassen worden ist, auf Antrag Wahlsendezeiten einzuräumen. Die bloße Einreichung von Wahlvorschlägen reicht für die Berechtigung nicht aus. Die zur Wahl vorgeschlagenen müssen durch den Wahlausschuss zu der jeweiligen Wahl zugelassen worden sein.

Erst nach Zulassung durch den jeweiligen Wahlausschuss (§ 28 Abs. 7 KWG LSA) können Parteien und andere zugelassene Bewerber verlangen, im Rahmen der Wahlsendezeiten berücksichtigt zu werden.

## **3. Inhalt der Wahlwerbspots**

Für Inhalt und Gestaltung der Sendungen ist gemäß § 29 Abs. 3 MedienG LSA derjenige verantwortlich, dem die Sendezeit eingeräumt worden ist. Da eine materielle Kontrolle des Inhaltes der Wahlsendungen den Veranstaltern weitestgehend verwehrt ist, beschränkt sich die Überprüfung darauf, ob es sich um eine Wahlsendung handelt und ob die Sendung nicht offensichtlich gegen allgemeine Gesetze verstößt.

## **4. Angemessene Sendezeit; abgestufte Chancengleichheit**

### **4.1 Berechnung des Zeitvolumens**

Zugelassenen Wahlwerbern muss eine "angemessene Sendezeit" eingeräumt werden. Hier ergibt sich die Notwendigkeit der Differenzierung, um Chancengleichheit zu realisieren. Die zentrale Vorgabe des Parteiengesetzes ist die Gleichbehandlung der in Frage kommenden Parteien bzw. Kandidierenden. Dies betrifft sowohl die zeitliche Kontingentierung als auch die finanziellen Rahmenbedingungen. Die Gleichbehandlung hinsichtlich des Zeitumfangs kann – soweit eine Begrenzung auf bestimmte Kontingente erfolgen soll – bei Parteienwahlen proportional abgestuft nach der Bedeutung der jeweiligen Partei erfolgen.

Bei einer Bürgermeisterwahl spricht vieles dafür, den verschiedenen Kandidierenden ein gleiches Kontingent an Sendezeit einzuräumen. Das Prinzip der Gleichbehandlung setzt jedoch voraus, dass für den Fall, dass einer Partei/einem Kandidierenden Sendezeit angeboten wird, allen anderen ein entsprechendes Angebot unterbreitet wird.

Bei der Bemessung der Sendezeit für Wahlwerbung ist nach § 5 Abs. 1 Satz 2 PartG 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. Hinsichtlich der Anzahl der Spots ist Ausgangspunkt zunächst einmal das letzte Wahlergebnis bei der jeweiligen Wahl. Daneben sind auch andere Faktoren zu berücksichtigen, insbesondere die Dauer des Bestehens einer Partei oder politischen Vereinigung, ihre Mitgliederzahl, der Umfang ihrer Organisation, ihre Verbreitung in den Parlamenten (Bürgerschaften, Landtage, Deutscher Bundestag, Europäisches Parlament), ihre Beteiligung an Regierungen in Bund und Ländern oder ihre sonstige politisch wirksame Tätigkeit. Diese Faktoren sind insgesamt bedeutsam, wenn neue Parteien oder sonstige politische Vereinigungen zur Wahl zugelassen sind, die an der letzten Wahl nicht teilgenommen haben.

Es wird daher empfohlen, frühzeitig einen an der Chancengleichheit orientierten Sendeplan zu erstellen und in dem dort beschriebenen Umfang Sendezeiten für die zur Wahl stehenden Parteien und sonstigen politischen Vereinigungen oder Bewerberinnen und Bewerber einzuräumen. Gehen einzelne nicht auf dieses Angebot ein, ist dies für den Veranstalter unschädlich. Die tatsächliche Nutzung der Kontingente hängt in jedem Fall von der Entscheidung der Parteien / Kandidierenden ab, in welchem Umfang von dem Senderecht Gebrauch gemacht und die theoretisch zur Verfügung stehenden Kontingente letztlich gebucht werden. Der Sendeplan darf auch bei Nicht- oder nur Teilinanspruchnahme der Wahlsendezeit durch einzelne Berechtigte nicht mehr nachträglich zugunsten anderer Berechtigter geändert werden.

Bei der Berechnung der Wahlsendezeit in regionalen oder lokalen TV-Programmen ist eine Länge des Wahlwerbesspots von mindestens einer halbe Minute und längstens zweieinhalb Minuten zugrunde zu legen.

#### **4.2 Platzierung der Spots**

Die Wahlwerbung muss in der Hauptsendezeit platziert werden und darf nicht in Randzeiten „abgeschoben“ werden. Als Hauptsendezeit im Fernsehen wird die tägliche Sendezeit zwischen 17:00 und 23:00 Uhr bezeichnet werden können. Die Sendezeiten sind nach einem vorher festgelegten Dispositionsplan gleichwertig an alle Berechtigten 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 Wahlwerbesspots erfolgt grundsätzlich nicht im Rahmen von Wirtschaftswerbung. Die Wahlwerbungen können in einem Wahlwerbeblock zusammengefasst und verbreitet werden, der aber nicht mehr als drei Wahlwerbesendungen umfassen darf.

#### **5. Beginn der Wahlsendezeiten**

Wahlsendezeiten können nur innerhalb eines begrenzten Zeitraums platziert werden. Dieser wird durch den Zeitpunkt der Wahlzulassung vorgegeben. Gem. § 28 Abs. 5 KWG LSA muss die Entscheidung über die Zulassung der Wahlvorschläge spätestens am 58. Tag vor der Wahl getroffen werden. Frühestens wären Wahlsendezeiten daher ab dem 57. Tag vor der Wahl einzuräumen. Denkbar wäre danach beispielsweise, die „Wahlwerbung“ ausschließlich in der Zeit zwischen dem 31. und dem vorletzten Tag vor dem Wahltag zu senden.

## **6. Kennzeichnung**

Wahlsendungen sind als solche zu kennzeichnen. Dies wird nun ausdrücklich im § 29 Absatz 4 Satz 2 geregelt: *„Die Sendungen sind zu deren Beginn und an deren Ende optisch und akustisch vom übrigen Programm zu trennen, auf die verantwortliche Person nach Satz 1 ist hinzuweisen.“* Dies erfordert An- und Absagen, die für alle Parteien gleich sind und nicht auf die jeweilige Spotlänge angerechnet werden. Aus der Kennzeichnung sollte hervorgehen, dass die inhaltliche Verantwortung für diesen Beitrag bei der jeweiligen Partei oder dem Kandidierenden liegt.

## **7. Kosten**

Rundfunkveranstalter, die von einem Berechtigten angelieferte Wahlwerbespots senden, können dafür lediglich eine Erstattung ihrer Selbstkosten verlangen. Dies bestimmt § 29 Abs. 3 MedienG LSA: *„Bei der Einräumung von Sendezeiten nach Absatz 1 und 2 können die Rundfunkveranstalter die 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.

## **8. Zuständigkeit**

Für Streitigkeiten zwischen den Veranstaltern und den Berechtigten über die Vergabe der Wahlsendezeiten sind die Zivilgerichte zuständig.

Im Übrigen wird auf die allgemeinen Hinweise der Medienanstalt-Sachsen-Anhalt zur „Wahlwerbung“ hingewiesen.