

Allgemeine Hinweise der Medienanstalt Sachsen-Anhalt zu den Sendezeiten für Dritte gemäß § 29 Abs. 1 MedienG LSA für in Sachsen-Anhalt zugelassene kommerzielle private Rundfunkveranstalter

1. Allgemeines

Politische Werbung ist im privaten Rundfunk gem. 7 Abs. 1 MedienG LSA i.V.m. § 8 Abs. 9 Medienstaatsvertrag (MStV) grundsätzlich unzulässig.

Eine Ausnahme hiervon besteht für Wahlwerbung politischer Parteien und Vereinigungen im Vorfeld von Wahlen. Vor Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament sind die bundesweit zugelassenen Rundfunkveranstalter verpflichtet, den Parteien angemessene Sendezeiten einzuräumen. Die Verpflichtung zur Einräumung von Wahlsendezeiten gem. § 68 Abs. 2 MStV gilt nur für bundesweit ausgerichtete private Rundfunkprogramme, die über eine Rundfunkzulassung verfügen (§ 50 Satz 1, § 54 Abs. 4 Satz 1 MStV).

Gemäß § 29 Abs. 1 Mediengesetz des Landes Sachsen-Anhalt (MedienG LSA) sind in Sachsen-Anhalt zugelassene Rundfunkveranstalter verpflichtet, Parteien und Vereinigungen, für die ein Wahlvorschlag zum Landtag, zum Deutschen Bundestag oder zum Europäischen Parlament zugelassen worden ist, auf Antrag angemessene Sendezeiten und Sendeplätze zur Vorbereitung der Wahl einzuräumen.

Die in Sachsen-Anhalt bundesweit zugelassenen Programme unterliegen dem Medienstaatsvertrag und dürfen nicht für Landtags-, Kreis- oder Verbandsgemeindewahlen Wahlwerbezeit zur Verfügung stellen.

Bei Wahlen auf Gemeinde-, Verbandsgemeinde - oder Kreisebene gilt dies mit der Maßgabe, 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 (§ 29 Abs. 1 S. 2 MedienG LSA, § 23 LWG LSA).

Die nachfolgenden Hinweise sollen privaten Rundfunkveranstaltern eine Orientierung für die rechtssichere Ausgestaltung der Wahlwerbung geben.

Die Rechtsprechung hat die Vergabe von Wahlsendezeiten in der Vergangenheit verfassungsrechtlich konkretisiert. Maßgeblich ist insbesondere der Grundsatz der abgestuften Chancengleichheit der Parteien aus Art. 21 GG i.V.m. Art. 3 Abs. 1 GG sowie § 5 Parteiengesetz (PartG).

Private Veranstalter haben daher ein chancengleich ausgestaltetes System der Wahlsendezeiten anzubieten. Gehen Parteien auf dieses Angebot nicht ein oder schöpfen eingeräumte Kontingente nicht aus, ist die Verpflichtung der Veranstalter gleichwohl erfüllt.

2. Verpflichtung der privaten Rundfunkveranstalter zum Angebot von Wahlsendezeiten im Rahmen des Prinzips der Chancengleichheit

Für die Wahlwerbung hat die Frage der Chancengleichheit der Parteien höchste Priorität und ist Hauptmaxime für alle, die Wahlsendezeiten einzuräumen haben.

Private Veranstalter müssen vor diesem Hintergrund ein chancengleich gestaltetes System der Wahlsendezeiten anbieten. Es wird insoweit empfohlen, frühzeitig einen geeigneten (d. h. an der Chancengleichheit orientierten) Sendeplan zu erstellen und den Wahlbewerbern in dem dort beschriebenen Umfang Sendenzeiten für die zur Wahl stehenden Parteien und sonstigen politischen Vereinigungen einzuräumen. Gehen nicht alle Parteien und sonstigen politischen Vereinigungen auf dieses Angebot ein, ist dies für den Veranstalter unschädlich. Er darf den Sendeplan nur nicht mehr nachträglich zugunsten oder zulasten einer bestimmten Partei oder sonstigen politischen Vereinigung einseitig ändern.

3. Berechtigte

Gemäß § 29 Abs. 1 MedienG LSA sind Parteien und Vereinigungen, für die in Sachsen-Anhalt durch den Wahlausschuss ein Wahlvorschlag zugelassen worden ist (§ 23 LWG LSA), auf Antrag Wahlsendezeiten einzuräumen. Die bloße Einreichung von Wahlvorschlägen reicht für die Berechtigung nicht aus. Verbindliche Auskünfte über die zugelassenen Wahlvorschläge erteilt der Landeswahlleiter beim Innenministerium Sachsen-Anhalt.

Bei Wahlen auf Gemeinde-, Verbandsgemeinde - oder Kreisebene gilt, dass Sendenzeiten 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 (§ 29 Abs.1 S.2 MedienG LSA).

Die Berechtigten müssen bei den Rundfunkveranstaltern einen Antrag auf Zurverfügungstellung der Wahlwerbezeiten stellen.

4. Inhalt der Wahlwerbespots

Für Inhalt und Gestaltung der Wahlwerbespots ist gemäß § 29 Abs. 4 MedienG LSA ausschließlich die jeweilige Partei oder Vereinigung verantwortlich. Eine inhaltliche Kontrolle durch den Veranstalter findet grundsätzlich nicht statt. Die Prüfungskompetenz der Veranstalter beschränkt sich darauf,

- ob es sich um Wahlwerbung handelt und
- ob der Inhalt offensichtlich gegen allgemeine Gesetze verstößt.

4.1 Begriff der Wahlwerbung

„Wahlwerbung“ umfasst alle Maßnahmen, die darauf abzielen, den Bürger zur Stimmabgabe für eine bestimmte Partei oder für bestimmte Wahlbewerber zu bewegen. Die Wahlwerbung muss einen inhaltlichen Bezug zu der bevorstehenden Wahl aufweisen und auf die Erzielung eines Wahlerfolgs gerichtet sein.

4.2. Überprüfungskompetenz durch den Veranstalter

Es ist aufgrund des grundgesetzlich verankerten Parteienprivilegs (Art.21 Abs.4 GG) nicht möglich, die Sendung deshalb zu verweigern, weil sie verfassungsfeindlichen Inhalt haben könnte.

Bei der Frage, ob zulässige Wahlwerbung vorliegt, darf nicht darauf abgestellt werden, ob die in dem Spot dargelegten Ziele inhaltlich mit der verfassungsmäßigen Ordnung des Grundgesetzes in Einklang stehen. Die Veranstalter sind nicht befugt, die Ausstrahlung einer Wahlsendung lediglich deshalb zu verweigern, weil der vorgelegte Wahlwerbespot möglicherweise verfassungsfeindliche Äußerungen enthält.

Die Prüfungskompetenz der Veranstalter beschränkt sich vielmehr auf die Frage, ob der Wahlwerbespot offensichtlich gegen allgemeine Gesetze verstößt. Eine Zurückweisung kommt nur in Betracht, wenn der Rechtsverstoß bei verständiger Würdigung ohne vertiefte rechtliche Prüfung evident erkennbar ist.

Allgemeine Gesetze sind insbesondere Strafgesetze. Außer den 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 § 130 StGB (Volksverhetzung) und § 131 StGB (Gewaltdarstellung) in Betracht. Allgemeine Gesetze sind unter anderem auch die Bestimmungen des MStV und des JMStV (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag).

Ferner ist darauf hinzuweisen, dass ein Verstoß gegen den in Art. 1 Abs. 1 GG verfassungsrechtlich geschützten Grundsatz der Beachtung der Würde des Menschen die Zurückweisung eines Wahlwerbespots rechtfertigen kann.

5. Angemessene Sendezeit

5.1 Berechnung des Zeitvolumens

Zugelassenen Wahlwerbern muss eine "angemessene Sendezeit" eingeräumt werden. Hier ergibt sich die Notwendigkeit der Differenzierung, um Chancengleichheit zu realisieren.

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“ i.S. des MStV genügt. Es kann je nach Programmart aber auch eine Verkürzung der Spotlänge geben. Bei regionalen TV-Fensterprogrammen von 30 Minuten Länge ist z.B. eine Länge des Wahlspots von 30 Sek. zugrunde zu legen, weil sonst die eigentliche Programmaufgabe dieser Sendungen nicht mehr erfüllt werden könnte.

Hinsichtlich der Anzahl der Spots ist Ausgangspunkt zunächst einmal das letzte Wahlergebnis bei der jeweiligen Wahl, im Falle der Wahlen zum Europäischen Parlament zudem das Zweitstimmen-Ergebnis der letzten Wahl zum Deutschen Bundestag. Allerdings 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 (Landtage, Bürgerschaften, 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 im Falle der Wahlen für das Europäische Parlament auch sonstige politische Vereinigungen zur Wahl zugelassen sind, die an der letzten Wahl nicht teilgenommen haben.

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.

Die Parteien AfD, Bündnis 90/Die Grünen, CSU, FDP und DIE LINKE erhielten im Vorfeld der letzten Wahl zum Deutschen Bundestag Sendezeiten im Umfang von mindestens der Hälfte der Sendezeiten für CDU und SPD. Bei Parteien, die keine Fraktion, sondern nur Gruppenstatus haben, spricht der Grundsatz der abgestuften Chancengleichheit dafür, dass im Deutschen Bundestag mit Gruppenstatus versehene Parteien und im Europäischen Parlament vertretene Parteien, die nicht im Deutschen Bundestag mit Fraktionsstärke versehen sind, bei der Wahl zum Europäischen Parlament mindestens die Hälfte der Sendezeiten für die im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien und zugleich mehr als die sonstigen, weder im Deutschen Bundestag noch im Europäischen Parlament vertretenen Parteien erhalten.

5.2 Ausweitung des Sendezeitvolumens durch die Veranstalter

Das je Partei zu berechnende Sendezeitvolumen ist nur als Minimal-, nicht aber auch als Maximalrahmen zu verstehen. Es ist den Veranstaltern zu überlassen, das Minimalvolumen mit einem selbst festgelegten Faktor zu multiplizieren.

Ein solches Vorgehen kann zu erheblichen Komplikationen führen. Wenn die durch Multiplikation aufgeblähten Zeitvolumina nämlich von den großen Parteien nicht, wohl aber von einigen kleinen Parteien genutzt werden, kann dies zu der Schieflage führen, dass nicht etablierte politische Kräfte einseitig überproportionale Verlautbarungsmöglichkeiten finden. Deshalb sollte grundsätzlich davon abgesehen werden, das zu berechnende Zeitvolumen durch vertragliche Gestaltung zu verändern.

6. Sendeplatz

Die Wahlwerbung muss in der Hauptsendezeit platziert werden und darf nicht in Randzeiten "abgeschoben" werden. Als Hauptsendezeit wird man beim Hörfunk die tägliche Sendezeit zwischen 6.00 und 19.00 Uhr und im Fernsehen von 17:00 bis 23:00 Uhr bezeichnen können. 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 Wahlwerbespots erfolgt grundsätzlich nicht im Rahmen von Wirtschaftswerbung.

7. Beginn der Wahlsendezeiten

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

8. Kennzeichnung

Wahlwerbesendungen sind eindeutig als solche kenntlich zu machen. Gemäß § 29 Abs. 4 MedienG LSA sind die Sendungen zu Beginn und am Ende optisch und akustisch vom übrigen Programm zu trennen.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die inhaltliche Verantwortung bei der jeweiligen Partei oder Vereinigung liegt.

Die Kennzeichnung soll für alle Parteien einheitlich erfolgen.

Die hierfür erforderlichen An- und Absagen werden nicht auf die jeweilige Spotlänge angerechnet.

9. Kosten

Rundfunkveranstalter können gemäß § 29 Abs. 3 MedienG LSA lediglich die Erstattung ihrer Selbstkosten verlangen.

Unter Selbstkosten sind ausschließlich technische Grundkosten des Sendebetriebs zu verstehen.

Nicht umfasst sind insbesondere:

- Kosten der Programmgestaltung,
- redaktionelle Leistungen,
- oder reguläre Werbetarife.

Die Kostenberechnung hat gegenüber allen Parteien nach einheitlichen Maßstäben zu erfolgen.

Die Erhebung regulärer Werbetarife für Wahlwerbung ist unzulässig.

10. Zuständigkeit

Für Streitigkeiten zwischen Veranstaltern und Parteien über die Einräumung von Wahlsendezeiten sind die ordentlichen Gerichte zuständig.

11. Schlussbemerkung

Die vorliegenden Hinweise dienen der Orientierung der Veranstalter bei der Umsetzung der gesetzlichen Verpflichtungen zur Wahlwerbung im Vorfeld der Landtagswahl Sachsen-Anhalt 2026. Es wird insoweit empfohlen, frühzeitig einen geeigneten, im Einklang mit den obenstehenden Ausführungen stehenden, Sendeplan zu erstellen und den Wahlbewerbern in dem dort beschriebenen Umfang Sendezeiten für die zur Wahl stehenden Parteien sowie sonstigen politischen Vereinigungen einzuräumen.