

M E R K B L A T T

Informationen für rheinland-pfälzische Rundfunkveranstalter*innen bezüglich der Ausstrahlung von Wahlwerbung im Vorfeld der Wahlen zum Landtag Rheinland-Pfalz am 22. März 2026

I. Grundsätzliches Verbot politischer Werbung (§ 8 Abs. 9 MStV)

Grundsätzlich ist Werbung politischer Art in Hörfunk und Fernsehen gemäß § 8 Abs. 9 des Medienstaatsvertrages (MStV) 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*innen, die eine Zulassung der Veranstaltung von Rundfunk durch politische Parteien ausschließen, Anwendung fänden.

Aus dem Verbot politischer Werbung in § 8 Abs. 9 MStV folgt, dass mit Bezug auf politische Parteien (und ihre Kandidat*innen) grundsätzlich nur rein redaktionelle Sendbeiträge zulässig sind. Auch für solche dürfen Rundfunkveranstalter*innen 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. § 19 Abs. 2 und 3 LMG

Gemäß § 19 Abs. 2 und 3 Landesmediengesetz (LMG) wird Parteien im Vorfeld von Wahlen zum Landtag Rheinland-Pfalz ein Recht auf Einräumung von Drittsendezeit gegenüber Rundfunkveranstalter*innen gewährt.

Die Wahlwerbung ist zu verbreiten in landesweiten, regionalen und lokalen Vollprogrammen für Parteien, für die mindestens ein Listenvorschlag oder eine Landesliste zugelassen worden ist. In landesweiten, regionalen und lokalen Spartenprogrammen ist die Wahlwerbung 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 der Veranstalter*innen zur Ausstrahlung von Wahlwerbung für eine bestimmte Partei setzt zudem voraus, dass der Anspruch rechtzeitig geltend gemacht wird; Veranstalter*innen sollen dadurch genügend Zeit für Prüfung und Planung erhalten.

III. Inhalt der Wahlwerbespots

Veranstalter*innen sind für den Inhalt der Wahlwerbespots nicht verantwortlich. Eine materielle Kontrolle ist ihnen hier weitgehend verwehrt. Sie haben vor Ausstrahlung des Wahlwerbespots lediglich zu prüfen, ob es sich überhaupt um Wahlwerbung handelt und ob die Sendung nicht offensichtlich gegen allgemeine Gesetze, insbesondere Strafvorschriften, verstößt.

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*innen zur Stimmangabe für eine bestimmte Partei oder für bestimmte Wahlbewerber zu bewegen.

Unzulässiger Inhalt

Wahlwerbespots können von den Veranstalter*innen nur dann zurückgewiesen werden, wenn ein Verstoß gegen die allgemeinen Gesetze, insbesondere Strafgesetze wie z. B.

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

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

Die Evidenz eines möglichen Verstoßes gegen das Verbot der Volksverhetzung 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). Veranstalter*innen können einer Partei ohne Vorliegen einer entsprechenden Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts somit nicht vorhalten, dass ein Spot aufgrund des Verdachts der Verfassungswidrigkeit der Partei nicht ausgestrahlt werden soll.

IV. Verteilung, Länge und Maßgaben der Ausstrahlung von Wahlwerbespots

1. Chancengleiche Verteilung auf die verschiedenen Parteien

Den Parteien bzw. Bewerber*innen 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 den folgenden Kriterien:

- Mitgliederzahl
- Dauer des Bestehens
- Umfang und Ausbau des Organisationsnetzes
- Vertretung im jeweiligen Parlament (letztes Wahlergebnis)
- Häufigkeit des Einzuges in das jeweilige Parlament

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 AfD, 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. Die so errechnete Gesamtsendezeit kann nach den Vorstellungen der Parteien frei proportioniert werden. Eine Beispielrechnung findet sich im Anhang dieses Leitfadens.

Veranstalter*innen sind 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 Wahlwerbesspots haben im Gegensatz zu wirtschaftlicher Werbung meinungsbildenden Charakter. 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 und 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*innen 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 Medienanstalt Rheinland-Pfalz wenden.

Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Turmstraße 10
67059 Ludwigshafen

Team Medienregulierung
Tel.: 0621 / 5202-225
Fax: 0621 / 5202-152
E-Mail: justizariat@medienanstalt-rlp.de

Anhang

Beispielrechnung für die Landtagswahl in Rheinland-Pfalz am 22. März 2026

Die nachfolgende Beispielsrechnung für einen abgestuft chancengleich gewichteten Sendeplan bei der Landtagswahl in Rheinland-Pfalz erfolgt in Anlehnung an den Leitfaden der Medienanstalten zu den Wahlsendezeiten für politische Parteien im bundesweit verbreiteten privaten Rundfunk (Stand: November 2024) und geht von folgenden Eckdaten aus:

- Jede im Bundestag oder im Landtag Rheinland-Pfalz in Fraktionsstärke vertretene Partei erhält Sendezeiten, die mindestens halb so groß sind wie für die stärkste Partei.
- Die unterste Beteiligungsgrenze für kleine Parteien liegt bei $\frac{1}{4}$ bis $\frac{1}{5}$ der für die größte Partei vergebenen Sendezeit. Der Einfachheit halber soll hier $\frac{1}{4}$ gewählt werden.
- Es muss Sendezeit für mindestens zwei Spots zur Verfügung gestellt werden.
- Die Grundeinheit je Spot liegt bei 30 Sekunden.

Ferner wird von folgender Konstellation ausgegangen:

Die Parteien SPD, CDU, Bündnis 90/Die Grünen, AfD sind als Fraktion jeweils im Bundestag und im Landtag Rheinland-Pfalz vertreten. Die Partei DIE LINKE ist im Bundestag als Fraktion vertreten. Die Partei FDP ist im Landtag Rheinland-Pfalz als Fraktion vertreten. Die FREIEN WÄHLER bilden eine Parlamentarische Gruppe im Landtag Rheinland-Pfalz.

Es soll angenommen werden, dass weiterhin die Parteien 1-6 zur Wahl zugelassen werden.

Die konkrete Zuteilung der Sendezeiten gestaltet sich dann zwischen der Vorgabe abgestufter Chancengleichheit und der verfassungsrechtlichen Rundfunkfreiheit wie folgt:

Die weder im Bundestag noch im Landtag Rheinland-Pfalz vertretenen Parteien erhalten jeweils 2 x 30 Sekunden = 1 Minute.

Die Parteien, die nur mit Gruppenstatus im Landtag vertreten sind, erhalten jeweils 3 x 30 Sekunden = 1,5 Minuten.

Die größte Partei darf nicht mehr als viermal so viel Sendezeit erhalten wie die kleinste.

Mit Blick auf die Kriterien

- des Wahlergebnisses bei der letzten Landtagswahl,
- des Wahlergebnisses bei der letzten Bundestagswahl,
- des Wahlergebnisses bei der letzten Wahl zum Europäischen Parlament,
- der Mitgliederzahl der betreffenden Parteien,
- der Verbreitung in Landesparlamenten,

- der Beteiligung an der Bundesregierung,
- der Beteiligung an Landesregierungen,
- des Umfangs ihrer Organisation,
- der sonstigen politisch wirksamen Tätigkeit sowie
- der Dauer des Bestehens der betreffenden Parteien,

ist

- der CDU und der SPD jeweils viermal so viel Sendezeit einzuräumen wie der kleinsten Partei, d. h. 4 Minuten;
- den übrigen im Landtag oder im Bundestag in Fraktionsstärke vertretenen Parteien, nämlich Bündnis 90/Die Grünen, AfD, FDP und DIE LINKE zwischen drei Viertel so viel Sendezeit einzuräumen wie der CDU und der SPD, also jeweils 3 Minuten;
- den FREIEN WÄHLERN, die mit Gruppenstatus im Landtag vertreten sind, eine Sendezeit von 1,5 Minuten einzuräumen,
- allen sonstigen Parteien jeweils eine Sendezeit von 1 Minuten einzuräumen.

Die so errechnete Gesamtsendezeit kann nach den Vorstellungen der Parteien frei portioniert werden, also z. B. statt 8 x 30 Sekunden auch 4 x 60 Sekunden oder ungleichmäßig. Kleinere Einheiten als 30 Sekunden können jedoch mit berechtigten Interessen der Veranstalter*innen kollidieren (Zeitaufwand durch Vielzahl von Vor- und Abspannen).