

Merkblatt

Politische Werbung in Rundfunk und Telemedien

Was meint „politische Werbung“ bzw. „Werbung politischer Art“?

Eine gesetzliche Definition politischer Werbung existiert nicht. Eine Begriffsbestimmung enthält § 11 Abs. 1 der [Werbesatzung – WerbeS](#) der Landesmedienanstalten.

§ 11 Abs. 1 WerbeS definiert Werbung politischer Art als Inhalte Dritter, die zur Darstellung oder im Interesse parteipolitischer, gesellschaftspolitischer, sozialpolitischer oder vergleichbarer Ziele verbreitet werden. § 11 Abs. 2 WerbeS erweitert die Definition auf redaktionelle politische Themenplatzierung, also redaktionelle Inhalte des Anbieters, die im Auftrag oder im Interesse staatlicher Stellen, Parteien oder Wählervereinigungen sowie sonstiger Dritter verbreitet werden, um auf die politische Meinungsbildung einzuwirken.

Beispiele politischer Werbung sind Werbespots von Parteien (Wahlwerbung), Imagewerbung von Ministerien und anderen staatlichen Einrichtungen, aber auch Werbung von Unternehmen, Privatpersonen oder sonstigen Dritten für Gesetzesinitiativen und politische Petitionen. Bei politischer Werbung handelt es sich in der Regel um bezahlte Inhalte.

Einfache Meinungsäußerungen zu politischen Themen sind in der Regel noch keine politische Werbung. Ob politische Werbung vorliegt oder nicht, muss daher stets im Einzelfall geprüft und entschieden werden.

Nicht als politische Werbung gelten sogenannte „Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit“ gemäß § 8 Abs. 9 Satz 2 MStV. Dies sind Inhalte, die im Allgemeininteresse direkt oder indirekt zu verantwortlichem, sozial erwünschtem Verhalten aufrufen (etwa Spendenaufrufe zu Wohlfahrtszwecken) oder die über die Folgen individuellen Verhaltens aufklären.

Was gilt für Rundfunk?

Im Rundfunk (Hörfunk oder Fernsehen) ist politische Werbung grundsätzlich unzulässig. Eine Ausnahme gilt für Wahlwerbung der teilnehmenden Parteien im Vorfeld von Wahlen. Die Parteien sind für die Inhalte ihrer Wahlwerbung selbst verantwortlich.

Ob es sich bei einem Angebot um Rundfunk handelt, kann anhand der [Checkliste Rundfunklizenz](#) überprüft oder bei der zuständigen Landesmedienanstalt des Bundeslandes erfragt werden.



Was gilt für rundfunkähnliche Telemedien?

Auch in rundfunkähnlichen Telemedien ist politische Werbung unzulässig.

Ein Telemedium ist rundfunkähnlich, wenn der Gesamteindruck von Hörfunk- und fernsehähnlichen Inhalten geprägt ist. Charakteristisch für rundfunkähnliche Telemedien ist, dass sie inhaltlich, d. h. mit Blick auf die präsentierten Formate (Hörspiele, Spielfilme, Serien, Dokumentationen etc.) sowie durch die Zusammenstellung einzelner Sendungen unter eigener redaktioneller Verantwortung Rundfunkprogrammen ähneln. Auf die Länge der Formate kommt es nicht an. Anders als Rundfunk werden die rundfunkähnlichen Telemedien jedoch nicht linear, sondern auf Abruf angeboten.



Erfasst sind insbesondere Online-Videotheken und -Audiotheken (z. B. Mediatheken der Fernseh- und Radiosender), in den meisten Fällen YouTube-Kanäle und Podcasts. Bei Social-Media-Profilen (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok usw.) kommt es darauf an, ob und in welchem Umfang Video- und Audioinhalte enthalten sind. Dies muss im Einzelfall geprüft und entschieden werden.

Was gilt für einfache Telemedien?

In allen anderen (also nicht rundfunkähnlichen) Telemedien ist politische Werbung grundsätzlich zulässig.

Dies gilt für alle Internetangebote, die keine oder nur wenige Video- und Audioinhalte enthalten, also z. B. klassische Blogs oder Websites und Accounts, die überwiegend aus Bild- und Textangeboten bestehen.



Politische Werbung in einfachen Telemedien muss aber besonders gekennzeichnet sein. Es muss auf den Werbetreibenden oder Auftraggeber in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden (§ 22 Abs. 1 Satz 3 MStV). Dies kann durch Formulierungen wie „**finanziert durch/von X**“ oder „**Anzeige von X**“ erfolgen. Die Kennzeichnung sollte außerdem zu Beginn der Beiträge stehen. Sofern Auftraggeber und beworbener Inhalt auseinanderfallen, muss dies deutlich gemacht werden. Einzelheiten zur Werbekennzeichnung können der [Werbematrix](#) der Medienanstalten entnommen werden.

Was gilt für politische Werbung auf Medienplattformen, Video-Sharing-Diensten und Medienintermediären?

Für Medienplattformen (z. B. Joyn, Zattoo), Video-Sharing-Dienste (z. B. YouTube) und Medienintermediäre (z. B. Google, Facebook) gilt das Verbot politischer Werbung nicht. Denn sie sind für sich selbst gesehen in der Regel nicht rundfunkähnlich, sondern einfache Telemedien.



Ob für politische Werbung, die auf diesen Plattformen geschaltet wird, der Inhabeanbieter/Kanalbetreiber oder die Plattform verantwortlich ist, hängt davon ab, welchen Einfluss der Inhabeanbieter auf die Art der geschalteten Werbung hat. Bei einigen Plattformen hat der Inhabeanbieter die Möglichkeit, Werbung aus der Kategorie „Politik“ zu deaktivieren, sodass im Umfeld der eigenen Inhalte keine politische Werbung ausgespielt wird. Macht der Inhabeanbieter hiervon keinen Gebrauch, spricht viel dafür, dass er für politische Werbung im Umfeld seiner Inhalte verantwortlich ist. Hat der Inhabeanbieter dagegen keinen Einfluss auf die Ausspielung der Werbung im Umfeld seiner Inhalte, tragen in der Regel die Plattformen die Verantwortung. Entschieden werden kann dies allerdings immer nur im Einzelfall.

Auch wenn danach politische Werbung zulässig sein sollte, sind immer die besonderen Kennzeichnungspflichten, die für politische Werbung in einfachen Telemedien gelten, einzuhalten (s. oben).



Impressum:

Verantwortlich:

Dr. Wolfgang Kreißig –

Vorsitzender der Direktorenkonferenz
der Landesmedienanstalten (DLM)

die medienanstalten

Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 2064690-0

Mail: info@die-medienanstalten.de

URL: www.die-medienanstalten.de

Stand: 19. Juli 2021