

KEIN STIMMENFANG DURCH RUNDFUNKWERBUNG!

VERANSTALTER:
Radio Hamburg

SENDUNG:
Politische Werbung

SENDEDATUM:
November 2015

Am 29. November 2015 waren die Bürgerinnen und Bürger in Hamburg und Kiel aufgerufen, über die Olympiabewerbung Hamburgs für 2024 abzustimmen. Diese Volksabstimmung war von einer breit angelegten Medienkampagne begleitet. Über alle möglichen Werbeträger (zum Beispiel Plakate, Zeitungen, Zeitschriften und Rundfunk) versuchten Befürworter und Gegner, die Bevölkerung von ihren Argumenten zu überzeugen.

Anders als etwa im Printbereich ist politische Werbung im Fernsehen und im Radio jedoch unzulässig (§ 16 Abs. 1 Medienstaatsvertrag Hamburg/Schleswig-Holstein in Verbindung mit § 7 Abs. 9 Satz 1 Rundfunkstaatsvertrag). Denn mit dem Verbot politischer Werbung „soll verhindert werden, dass sich einzelne gesellschaftliche Gruppierungen und Kräfte durch den Ankauf von Werbezeiten in einer Weise bewusstseinsbildend betätigen können, die geeignet ist, auf die öffentliche Meinungsbildung einzuwirken und diese zu verändern“ (Oberverwaltungsgericht (OVG) Lüneburg, 07.05.1998).

Eine Ausnahme vom Verbot der politischen Werbung gibt es lediglich bei Wahlen, sie gilt jedoch nicht für Volksentscheide und Volksbegehren.

Die MA HSH wies die von ihr zugelassenen Rundfunksender deshalb bereits rund acht Wochen vor der Abstimmung auf die Unzulässigkeit von Spots hin, die mit Blick auf die Volksentscheide zur Olympiabewerbung Pro- oder Contra-Positionen bewerben.

Im Vorfeld der Volksentscheide fielen der MA HSH in einigen Rundfunkprogrammen vereinzelt Werbespots mit unzulässiger politischer Ausrichtung auf, die nach Hinweis und Beratung durch die MA HSH aber sofort nachgebessert oder aus dem Programm genommen wurden.

Radio Hamburg strahlte dann einen als Werbung (Werbejingle) gekennzeichneten Werbespot der Hamburger Sparkasse AG (Haspa) aus, innerhalb dessen im Rahmen von Interviews zu einem Abstimmungsverhalten beim Referendum

aufgerufen wurde, unter anderem mit folgendem Wortlaut eines Politikers:

„Wichtig ist, die Stimmzettel auszufüllen, mit Ja zu stimmen, denn es geht wirklich nicht nur darum, dass es eine Mehrheit gibt - die brauchen wir unbedingt - sondern auch eine große Mehrheit, damit wir richtig Eindruck machen beim Internationalen Olympischen Komitee und der internationalen Sportwelt.“

Damit verbreitete die Haspa in dem Werbespot ihre Pro-Olympia-Position, wurde also durch den Ankauf von Werbezeit in einer Weise bewusstseinsbildend tätig, die geeignet war, auf die öffentliche Meinungsbildung einzuwirken und diese zu verändern.

Die MA HSH leitete deshalb ein förmliches Aufsichtsmaßnahmeverfahren ein.

Radio Hamburg räumte den Fehler umgehend ein und führte organisatorische Gründe für diesen Verstoß an. Mittlerweile habe man die internen Prozessabläufe optimiert, um Fehler dieser Art

im Vorwege auszuschalten.

Da im Weiteren keine erneute unzulässige politische Werbung zum Olympia-Referendum bei Radio Hamburg festgestellt wurde, stellte die MA HSH das Verfahren schließlich ein.