



**Konstantin Kuhle**

Mitglied des Deutschen Bundestages  
Innenpolitischer Sprecher der FDP-Fraktion



**Thomas Hacker**

Mitglied des Deutschen Bundestages  
Medienpolitischer Sprecher der FDP-Fraktion

## **Positionspapier: Politische Willensbildung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Wahljahr intensivieren**

Am 26. September 2021 findet die nächste Bundestagswahl statt. Am selben Tag werden in Berlin, Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen die Landesparlamente gewählt. Zuvor finden in diesem Jahr Landtagswahlen in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt statt. Außerdem werden Kommunalwahlen in Hessen und Niedersachsen abgehalten.

Alle entsprechenden Wahlkämpfe werden unter dem Eindruck der Corona-Pandemie stattfinden. Während es in einem Wahlkampf normalerweise darum geht, die persönlichen Begegnungen zwischen Kandidatinnen und Kandidaten und Wählerinnen und Wählern zu maximieren, geht es während der Pandemie aus guten Gründen darum, persönliche Begegnungen zu minimieren. Hergebrachte Wahlkampfformate wie Diskussionsveranstaltungen, Kundgebungen oder Informationsstände werden möglicherweise gar nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich sein. Die aktuelle Aussicht, dass mit einer flächendeckenden Verfügbarkeit von Impfstoffen erst gegen Ende der Sommermonate zu rechnen ist, stützt diesen Befund.

Die Digitalisierung bietet für die politische Kommunikation enorme Chancen. Alle Parteien haben in den vergangenen Monaten Erfahrungen mit neuen Formaten gemacht – von der Verlagerung klassischer Formate in digitale Räume bis hin zur Nutzung sozialer Medien. Jedoch haben die vergangenen Monate gezeigt, dass digitale Formate mit dem Fortgang der Pandemie mitunter an Relevanz und Teilnehmerzahl verlieren. Auch besteht die Gefahr, dass nur ein Teil der Bevölkerung an digitalen Formaten partizipieren kann oder will. Die Wahlkämpfe des Jahres 2021 werden so digital erfolgen wie nie zuvor. Diese Entwicklung bietet enorme Chancen für die politische Partizipation der Bevölkerung. Gleichwohl bietet sie Hackern Möglichkeiten und Einfallstore, um gerade die wichtige und angestrebte Partizipation einzuschränken und zu lenken. Darum bedarf die Kommunikation zwischen Kandidatinnen und Kandidaten und Wählerinnen und Wählern weiterer Formate.

Um den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung im Vorfeld der Wahlen des Jahres 2021 zu gewährleisten, sind neben den Parteien auch weitere Akteure in der Pflicht, neue Formate zu entwickeln und anzubieten. Dazu gehört auch der öffentliche und private Rundfunk. In den letzten Monaten wurde im Zusammenhang mit der ausgebliebenen Zustimmung des Landes Sachsen-Anhalt zur Erhöhung des Rundfunkbeitrags auch die Diskussion über den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wieder lauter. Der im November 2020 in Kraft getretene Medienstaatsvertrag – welcher den sogenannten Rundfunkstaatsvertrag beerbt – definiert in § 26 den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunk unter anderem darin, „durch die



**Konstantin Kuhle**

Mitglied des Deutschen Bundestages  
Innenpolitischer Sprecher der FDP-Fraktion



**Thomas Hacker**

Mitglied des Deutschen Bundestages  
Medienpolitischer Sprecher der FDP-Fraktion

Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen (...)“.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte angesichts der Pandemie gemäß seinem Auftrag aus § 26 MStV die Verbreitung redaktioneller politischer Informationen über das in einem Bundestagswahljahr sonst übliche Maß hinaus intensivieren. Der Fokus auf den Auftrag hinsichtlich Bildung, Information und Beratung sollte dafür genutzt werden, um die Bevölkerung für die Bundestagswahl zu sensibilisieren und hierüber nach journalistischen Maßstäben zu berichten. Hierfür sollte insbesondere Sendezeit im Hauptprogramm eingeräumt werden. Diskussionsformate mit dem Austausch politischer Positionen sind elementare Bestandteile der öffentlichen Meinungsbildung im Rundfunk. Entsprechende Formate sollten daher auch während des Sommers zur Verfügung stehen.

Auch der private Rundfunk sollte seiner Rolle im dualen Mediensystem gerecht werden und in seinem reichweitenstarken Programmen die Verbreitung redaktioneller politischer Informationen vor der Bundestagswahl intensivieren.

Den mit mindestens einer Landesliste zur Wahl zum Deutschen Bundestag zugelassenen Parteien sollten gem. § 68 Abs. 2 des Medienstaatsvertrags vor der Bundestagswahl 2021 mehr Sendezeit als zu den bisherigen Bundestagswahlen zur Verfügung gestellt werden.