

Vergleichende und diffamierende Wahlwerbung. Im Superwahljahr 2009 versuchen die politischen Parteien mit unterschiedlichen Wahlkampfmitteln Wählerstimmen zu erlangen. Die öffentliche Wahlwerbung mit Plakaten, Zeitungsannoncen und Fernsehspots nimmt dabei eine zentrale Rolle ein. Sie erschöpft sich nicht grundsätzlich in der Darstellung eigener Programme und Persönlichkeiten, sondern nutzt auch das Mittel der Diffamierung des politischen Gegners zur Verbesserung des eigenen öffentlichen Zuspruchs. So warb die SPD im Vorfeld der Europawahl mit dem Slogan „Finanzhaie würden FDP wählen“ oder „Dumpinglöhne würden CDU wählen“ auf großflächigen Plakaten. Auch schon in früheren Zeiten war es zu Wahlkampfzwecken üblich, statt der Präsentation eigener Stärken, den politischen Gegner herabzuwürdigen.

Während im politischen Wettbewerb vergleichend-diffamierende Werbung durchaus stattfindet, verbietet das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) im wirtschaftlichen Wettbewerb eine derartige Vorgehensweise. Nach § 6 II Nr. 5 UWG handelt unlauter, „wer vergleichend wirbt, wenn der Vergleich ... die Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft“. Hierfür kann es ausreichen, dass der Konkurrent nicht ausdrücklich genannt wird, sondern sich seine Erkennbarkeit aus den Umständen ergibt. Das UWG schützt hierdurch Mitbewerber und Verbraucher gleichermaßen (§ 1 UWG), indem es die Anbieter bei der Werbung zwingt, sich nicht durch die Präsentation realer oder fiktiver Schwächen von Fremdprodukten zu profilieren, sondern sich weitgehend auf das eigene Produkt zu konzentrieren.

Diesen strengen Wettbewerbsregeln vergleichbare Normierungen fehlen für den politischen Wettbewerb. Weder das Parteiengesetz, noch die Wahlgesetze enthalten Lauterkeitsvorschriften, aus denen sich Grenzen und Leitlinien für das Verhalten im politischen Wettbewerb ableiten lassen. Zwar ist auch das Parteienrecht eine Form des Wettbewerbsrechts, das eine Regulierung im Hinblick auf die Funktionsfähigkeit demokratischer Willensbildungsprozesse vornimmt, ein Verbot der Diffamierung des politischen Gegners außerhalb allgemeiner zivil- und strafrechtlicher Grenzen ist ihm aber nicht zu entnehmen. Der Grund hierfür liegt in der Eigenart des politischen Wettbewerbs begründet. In der Demokratie besteht die Notwendigkeit zu inhaltlicher und ideologischer Verschiedenheit politischer Programme. Gleichzeitig muss den politischen Akteuren die Möglichkeit gegeben sein, diese Unterschiede nach außen zu artikulieren. Wahlkampf ist ein wichtiger Bestandteil demokratischer Willensbildung und ermöglicht den Wählern einen komprimierten Vergleich unterschiedlicher Politikangebote. Dazu gehört auch die öffentliche Auseinandersetzung mit dem politischen Gegner. Das Aufzeigen inhaltlicher Unterschiede ist für die Wählerinnen und Wähler ein wichtiger Anhaltspunkt für die Wahlentscheidung. Allerdings erschwert die Komplexität politischer Themen die Vermittlung nach außen und zwingt zu inhaltlicher Verkürzung. Hierdurch besteht die Notwendigkeit zu plakativer Darstellung. Dabei existiert auch die Freiheit,

sich dadurch mit dem Konkurrenten auseinander zu setzen, dass seine Konzepte als fehlerhaft oder seine Motive als unlauter dargestellt werden. Denn in der Politik sind Konkurrenten nicht in erster Linie Mitbewerber, sondern echte Gegner mit mehr oder minder ausgeprägten ideologischen Differenzen.

Ob Diffamierungen des politischen Gegners tatsächlich hilfreich sind, kann dahingestellt bleiben. Ein grundsätzliches Verbot lässt sich jedenfalls aus dem Parteienrecht nicht ableiten. Im Gegenteil sichert das Grundgesetz die Freiheit des politischen Wettbewerbs einschließlich des Inhalts und der Form des Meinungskampfs. Denn die Freiheit der Wahl aus Art. 38 GG schützt nicht nur den Wahlgang selbst, sondern auch die auf die Wahl abzielenden Vorbereitungshandlungen der Parteien und Wahlbewerber, wozu auch die Wahlwerbung zählt. Es steht den Parteien somit frei, ihren Wahlkampf auf die Darstellung eigener Stärken und Konzepte zu stützen, möglich ist aber auch eine ganze oder teilweise Beschränkung auf die Kritik anderer politischer Konzepte und Akteure. Dazu kann es auch gehören, öffentliche Aufmerksamkeit durch Provokationen oder Äußerungen mit begrenzter Sachlichkeit zu erlangen. Allerdings ist die Freiheit der Parteien nicht gänzlich unbeschränkt. Insbesondere dort, wo der politische Gegner in Gestalt bestimmter Persönlichkeiten attackiert wird, sind die zivil- und strafrechtlichen Regelungen zu beachten. So dürfen auch im Wahlkampf Personen nicht beleidigt oder verleumdet werden, der Ehr- und Persönlichkeitsschutz besteht auch im Wahlkampf fort.

Der einzige Weg, dennoch bestimmte aggressive Formen des Wahlkampfes zu unterbinden, besteht in freiwilligen Vereinbarungen der Parteien untereinander. Allerdings handelt es sich bei solchen Wahlkampfvereinbarungen lediglich um Absichtserklärungen. Verstöße sind nicht sanktionierbar und bleiben daher folgenlos. Das effektivste Korrektiv ist somit der Wähler, der entscheiden muss, welche Formen des Wahlkampfes er belohnt, und welche er ablehnt. Im Übrigen ist eines festzustellen: Im Vergleich zu anderen Ländern, in denen persönliche Angriffe in Wahlkämpfen zur Regel gehören und sich die Wahlkampftradition als deutlich aggressiver zeigt, ist die politische Kultur in Deutschland insgesamt durch Sachlichkeit geprägt. Ein Bedarf für Regelungen, die denen des UWG zur vergleichenden Werbung entsprechen, besteht für den politischen Raum nicht. Einschränkungen der Wahlkampffreiheit der Parteien lassen sich somit von vornherein nicht begründen. Vielmehr existiert im politischen Subsystem eine hohe Fähigkeit zur Eigenregulierung durch die ständige Interaktion mit dem Wähler. Dieser hat sich als durchaus sensibel in Fragen des politischen Stils gezeigt und honoriert das Überschreiten von „Anstandsgrenzen“ regelmäßig nicht, ebenso wenig wie einen rein auf Polemik gestützten Wahlkampf. Dies hat sich auch bei den beschriebenen Wahlplakaten zur Europawahl 2009 gezeigt. Eine ähnlich gelagerte Kampagne zur Bundestagswahl wurde nicht aufgelegt.

Professor Dr. Jörn Ipsen, Osnabrück