

FRANK FECHNER
AXEL WÖSSNER

Journalisten- recht

Ein Leitfaden für Medienschaffende:
Social Web, Online, Hörfunk,
Fernsehen, Print

3. Auflage

Mohr Siebeck



Frank Fechner / Axel Wössner
Journalistenrecht



Frank Fechner
und Axel Wössner

Journalistenrecht

Ein Leitfaden für Medienschaffende:
Social Web, Online, Hörfunk, Fernsehen und Print

3., überarbeitete und aktualisierte Auflage

Mohr Siebeck

Frank Fechner, geboren 1958; Studium der Rechtswissenschaft in Tübingen und Lausanne; 1989 Promotion; 1996 Habilitation; Vertretungsprofessuren an der LMU München und Universität Halle-Wittenberg; seit 2000 Universitätsprofessor für Öffentliches Recht, insbesondere öffentlich-rechtliches Wirtschaftsrecht und Medienrecht an der TU Ilmenau; Autor zahlreicher medienrechtlicher Veröffentlichungen, insbes. des Lehrbuchs „Medienrecht“.

Axel Wössner, geboren 1960 in Villingen-Schwenningen; Studium der Rechtswissenschaft in Freiburg i.Br.; seit 1992 Jurist im MDR Landesfunkhaus Thüringen; 1992–1994 Redakteur (Recht) im „Thüringen Journal“; 1999 stellv. Hörfunkleiter bei „MDR 1 Radio Thüringen“; 1997 Zulassung zum Rechtsanwalt; 2007 Fachanwaltslehrgang „Urheber- und Medienrecht“; Seit 2008 Honorarprofessor für „Medienrecht“ an der Fachhochschule Erfurt; Trainer für medienübergreifendes Presserecht.

e-ISBN PDF 978-3-16-153827-8
ISBN 978-3-16-153728-8

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage 2009
2. Auflage 2012 (überarbeitet und aktualisiert)

© 2015 Mohr Siebeck Tübingen. www.mohr.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von Gulde Druck in Tübingen auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier gedruckt und gebunden.

Vorwort

Dieses Buch haben wir geschrieben, weil Journalisten im redaktionellen Alltag oft auf Rechtsprobleme stoßen. Um herauszufinden, welches die brisantesten Fragen für Journalisten sind, haben wir Print-, Rundfunk- und Online-Journalisten befragt.

Die 40 meistgenannten Rechtsprobleme werden in diesem Buch praxis-tauglich, medienübergreifend und wissenschaftlich fundiert erörtert. Der Begriff „Journalistenrecht“ wurde eigens für dieses Buch geprägt.

Der Aufbau dieses Buchs ist so gewählt, dass er den typischen Arbeitsabläufen der medienübergreifenden Strukturen in den Redaktionen entspricht. Die rechtlichen Besonderheiten des jeweiligen Mediums werden besonders hervorgehoben, damit sich der medienübergreifend tätige Journalist rasch einen Überblick über die Rechtslage aller Medien verschaffen kann. Besonderen Wert haben wir auf die Klarheit des Texts gelegt und ihn mit anschaulichen Fällen, praxisrelevanten Mustertexten und Schaubildern angereichert. Die im Text kursiv gesetzten Stichworte werden am Schluss des Buchs in einem Glossar noch einmal erläutert. Damit ist der Journalist selbst für ein Gespräch mit einem Juristen gut gerüstet, da rechtskundliche Fachbegriffe verständlich erläutert werden und jederzeit rasch nachgeschlagen werden können.

Die aktualisierte 3. Auflage wurde vor allem um viele Einzelheiten zum Social-Web Auftritt ergänzt. Damit sollen Journalisten und Seitenbetreiber gegen alle juristischen Fallstricke gewappnet sein, die ihnen auf den sozialen Plattformen wie z.B. auf Facebook, Google+ oder in Blogs begegnen.

Außerdem konnten wir weitere Themen berücksichtigen, die von Lesern und in journalistischen Lehrgängen nachgefragt wurden, und wir haben die neue Rechtsentwicklung mit teilweise neuen Fallbeispielen eingearbeitet. Wir danken Frau Rechtsassessorin Olivia Betz bei der Recherche zu den Akteneinsichtsrechten und bei allen, die uns schon bei der Voraufgabe geholfen haben. Unser Dank gilt aber nicht zuletzt vor allem Journalisten für ihre freundlichen Rückmeldungen. Über Hinweise zur Optimierung des Buchs und über zusätzliche „brisante Fragen“ aus der Praxis freuen wir uns weiterhin sehr.

Erfurt/Ilmenau im Februar 2015

Frank G. Fechner / Axel Wössner

Die Verfasser sind unter folgenden E-Mail-Adressen erreichbar:
frank.fechner@tu-ilmenau.de
axel.woessner@fh-erfurt.de

Inhalt

Erste Phase: Themenfindung

1. Darf jedes Thema aufgegriffen werden?

Grundsätzlich kann jedes Thema im öffentlichen Informationsinteresse behandelt werden, zu beachten ist aber das Verbot falscher Berichterstattung. 1

2. Sind Themenvorschläge vor dem Zugriff anderer sicher?

Vorsicht vor Ideenklau: „Eigene“ Themen und Ideen können von anderen Journalisten aufgegriffen werden! 3

3. Darf der Chefredakteur Inhalte vorschreiben und Themen ablehnen?

Journalisten müssen die politische und weltanschauliche Haltung ihrer Redaktion berücksichtigen, sie können allerdings nicht gezwungen werden, etwas unter ihrem Namen zu veröffentlichen, was nicht ihrer Überzeugung entspricht. 5

4. Kann die Veröffentlichung verboten werden?

Bei der Themenauswahl sollte man sich nicht durch Drohungen staatlicher Stellen oder von privaten Interessenträgern einschüchtern lassen. 7

5. Wie verbindlich sind „Sperrfristen“ und „Exklusivverträge“?

Sperrfristen und Exklusivverträge sind bei der Themenwahl unbeachtlich. 8

6. Wann ist ein Thema „reif“?

Falsche Behauptungen über andere können für Journalisten unangenehme Folgen haben, weshalb jedes Thema eine sorgfältige Recherche voraussetzt. 13

Zweite Phase: Recherche

7. Darf ein Journalist überall recherchieren?

Recherchiert werden darf in der Öffentlichkeit; in Räumlichkeiten ist das Hausrecht zu beachten. 15

8. Darf verdeckt recherchiert werden?

Verdeckte Recherchen können im öffentlichen Informationsinteresse gerechtfertigt sein, doch gilt das nicht immer. 18

9. Dürfen illegal erlangte Informationen verwendet werden?

Informationen, die Dritte illegal erlangt haben, dürfen grundsätzlich im öffentlichen Informationsinteresse veröffentlicht werden. 20

10. Darf alles fotografiert / gefilmt werden?

Bei Bildaufnahmen müssen insbesondere Urheber- und Persönlichkeitsrechte geachtet werden; eine Liste der Problembereiche zeigt auf, wo es gefährlich wird. 21

11. Darf mit versteckter Kamera gearbeitet werden?

Aufnahmen mit versteckter Kamera können durch das öffentliche Informationsinteresse gedeckt sein; problematisch ist dies insbesondere in nicht öffentlich zugänglichen Räumlichkeiten; wird der höchstpersönliche Lebensbereich verletzt, kann das Fotografieren strafbar sein. 30

12. Kann sich der Journalist beim Recherchieren strafbar machen?

Bei der Recherche kann der Journalist selbst zum Straftäter werden oder andere zu Straftaten anstiften. 36

13. Können Informant und Unterlagen geheim gehalten werden?

Damit sich Informanten frei an die Presse wenden können, steht dem Journalisten ein Zeugnisverweigerungsrecht zu und er ist gegen Durchsuchungen geschützt. 40

14. Ist das Internet verwertbar?

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum, weshalb insbesondere Urheberrechte an Bildern, Videos und Texten beachtet werden müssen. 44

15. Müssen Behörden von sich aus informieren?

Besteht auch keine Informationspflicht von Behörden, so müssen sie doch alle Journalisten gleichermaßen mit Informationen versorgen, wenn sie sich an die Medien wenden. 53

16. Kann der Journalist Behördenauskünfte erzwingen?

Voraussetzungen und Grenzen des journalistischen Auskunftsanspruchs. 54

17. Welche Akteneinsichtsrechte hat der Journalist?	
Behördliche Register können die Recherche erleichtern.....	62
18. Welche Informationen darf der Journalist veröffentlichen?	
Verlässliche Quellen und solche, die man überprüfen muss; Voraussetzungen der Verdachtsberichterstattung.	72
 Dritte Phase: Themenumsetzung	
19. Muss der Journalist wahrheitsgemäß berichten?	
Ein Journalist muss nicht abwarten, bis die Wahrheit bewiesen ist, er muss aber die journalistische Sorgfaltspflicht beachten: Hier eine Check-Liste.	78
20. Darf der Journalist in identifizierender Weise berichten?	
Grundsätzlich darf jeder Mensch selbst bestimmen, ob und wie über ihn berichtet wird. Nur ausnahmsweise geht das öffentliche Informationsinteresse vor.	85
21. Darf über Prominente alles berichtet werden?	
„Promis“ haben ebenfalls ein allgemeines Persönlichkeitsrecht, wes- halb über sie nur mit Einwilligung oder aus Anlass eines Ereignisses von zeitgeschichtlicher Bedeutung berichtet werden darf.	93
22. Ab wann darf ein Verdächtiger mit einer Straftat in Verbindung gebracht werden?	
Stolpersteine bei der Gerichtsberichterstattung und wie man sie umgeht.	99
23. Darf der Journalist zugespieltes Material von Dritten nutzen?	
Will der Journalist Materialien Dritter nutzen, muss er Rechte Dritter genauso beachten wie wenn er selbst recherchiert hätte.	111
24. Muss der Journalist Interviews vorlegen?	
Grundsätzlich muss man sich Interviews vor der Veröffentlichung nicht autorisieren lassen, es kann aber etwas anderes vereinbart sein..	118
25. Darf der Journalist Interviews und Zitate kürzen?	
Von redaktionellen Verbesserungen abgesehen, dürfen Interviews nicht verändert werden.....	119

26. Wie kritisch oder satirisch darf ein Beitrag sein?

Die Medien haben eine „Wachhundfunktion“ bezüglich politischer und gesellschaftlicher Missstände; diese rechtfertigt nicht, andere zu diffamieren. 122

Vierte Phase: Redaktionelle Abnahme**27. Darf der Chef den Beitrag ablehnen oder bearbeiten?**

Der Medienunternehmer kann die politische Tendenz der veröffentlichten Inhalte festlegen; angestellte Journalisten sind hieran arbeits-vertraglich gebunden, freie Mitarbeiter haben keinen Anspruch auf Abnahme ihrer Beiträge..... 132

Fünfte Phase: Veröffentlichung**28. Dürfen Personenfotos ohne weiteres veröffentlicht werden?**

Grundsätzlich dürfen Bilder von Personen nur mit deren Einwilligung veröffentlicht werden. Von diesem Grundsatz gibt es nur wenige Aus-nahmen, die hier dargestellt werden. 135

29. Dürfen Promibilder verbreitet werden?

Die Rechtsprechung bezüglich der Veröffentlichung von Bildern und Berichten über Prominente ist strenger geworden. Auch sie können sich auf das Persönlichkeitsrecht berufen, doch ist das öffentliche Informationsinteresse an ihnen hoch..... 145

30. Dürfen Bilder von Gebäuden verbreitet werden?

Von öffentlichem Gelände aus aufgenommene Gebäudeaufnahmen sind meist unproblematisch, doch können auch durch solche Fotos Persönlichkeitsrechte betroffen sein..... 153

31. Welche Materialien aus anderen Medien dürfen veröffentlicht werden?

Inhalte aus anderen Medien dürfen übernommen werden, doch ist die konkrete Ausgestaltung meist urheberrechtlich geschützt. Die wenigen journalistisch relevanten Ausnahmen finden Sie hier.... 155

32. Wann wird ein Bericht Schleichwerbung?

Bei der journalistischen Berichterstattung sind Hinweise auf Firmen und Marken unvermeidlich. Eine unzulässige Schleichwerbung liegt vor, wenn der Journalist nicht objektiv, sondern in reklameartiger Weise informiert..... 168

Sechste Phase: Reaktionen auf die Berichterstattung**33. Was tun, wenn der Anwalt schreibt?**

Die Antwort auf diese Frage gibt einen Überblick über das rechtliche Instrumentarium, das von Medienberichten Verletzten zur Verfügung steht. 173

34. Wie kann eine Gegendarstellung vermieden werden?

Ein Gegendarstellungsverlangen versetzt manche Redaktion in Panik. Dass dies nicht erforderlich ist, zeigt die Antwort auf diese Frage. 181

35. Mit welchen Beiträgen macht sich der Journalist strafbar?

Einige besonders wichtige Strafnormen, die der Journalist bei Veröffentlichungen zu berücksichtigen hat, werden hier kurz erläutert. 185

36. Wer haftet in der Redaktion?

Die Antwort auf diese Frage verdeutlicht, wer innerhalb der Redaktion verantwortlich ist, wenn durch eine Veröffentlichung eine Straftat begangen wurde oder ein Schadensersatzanspruch entstanden ist.. 187

Siebte Phase: Wiederaufgreifen des Themas**37. Wie kann Archivmaterial genutzt werden?**

Archivmaterial steht für spätere Berichterstattungen zur Verfügung, indessen kann es allein durch die abgelaufene Zeit zu neuen Persönlichkeitsrechtsverletzungen kommen..... 191

38. Darf über vergangene Straftaten berichtet werden?

Je länger eine Straftat zurückliegt, umso weniger darf über sie berichtet werden. Die Resozialisierung des Täters darf durch den Beitrag nicht gefährdet werden. 194

Achte Phase: Verwertung des Beitrags**39. Sind Beiträge der Journalisten geschützt?**

Die Antwort auf diese Frage zeigt, wie der Journalist seine Beiträge
verwerten kann..... 198

Neunte Phase: Professionelle Beratung**40. Wann ist der Rat des Juristen hilfreich?**

In der Antwort auf diese Frage wird darauf eingegangen, ab wann
professionelle juristische Hilfe empfehlenswert ist. 202

Anmerkungen 204

Glossar 225

Wichtige Rechtsvorschriften 237

Übersicht über die Fälle und Mustertexte 245

Stichwortverzeichnis 247

Erste Phase: Themenfindung

In einer ersten Phase überlegt sich der Journalist, über welches Thema er berichten soll. Wenn er damit rechnen muss, dass ihm das Thema in einer Redaktionskonferenz von einem Kollegen „weggeschnappt“ wird, behält er das Thema zunächst für sich. Er wird sich auch überlegen, inwieweit er seine eigene Meinung zum Ausdruck bringen darf oder ob er vielmehr die Vorgaben seines Chefs zu beachten hat. Ein Thema wäre aber auch dann uninteressant, wenn es bereits von einer anderen Redaktion „monopolisiert“ worden wäre. Schließlich wird sich der Journalist schon bei der Themenwahl überlegen, ob nicht der Rechercheaufwand eine aktuelle Berichterstattung verhindert.

1. Darf jedes Thema aufgegriffen werden?

Bei der Themenwahl gibt es keine Tabus. Aufgabe der Medien ist es, dem *Informationsinteresse der Allgemeinheit* zu dienen. Immer dann, wenn der Bürger Informationen benötigt, um sich zu bedeutenden gesellschaftspolitischen Fragen, wie z.B. der Glaubwürdigkeit von Politikern, dem Gesundheitswesen oder dem Verbraucherschutz in Deutschland ein eigenes Bild zu machen, ist das öffentliche Informationsinteresse gegeben. Welche Themen im öffentlichen Informationsinteresse liegen, kann eine Redaktion grundsätzlich selbst entscheiden. Ansonsten wäre die im Grundgesetz in Artikel 5 Absatz 1 geschützte *Pressefreiheit* nichts wert. Daher können Journalisten (fast) alles zum Thema machen. Auch wenn keine rechtlichen Einschränkungen gegeben sind, kommt den Journalisten indessen eine hohe Verantwortung zu.

Fall

Das Attentat

In einem Gymnasium wird auf der Toilette eine Aufschrift entdeckt, die ein schweres Verbrechen in der Schule für den 17. März ankündigt. Die Schulleitung informiert die Polizei, die am besagten Tag mit kugelsicheren Westen hohe Präsenz zeigen will. In der Redaktionssitzung eines Fernsehsenders wird diskutiert, ob man darüber berichten soll.

An dem Thema besteht ein *öffentliches Informationsinteresse*. Die Medienberichterstattung ermöglicht es den Bürgern zu kontrollieren, mit welchen Mitteln der Staat auf solche Drohungen reagiert. Rechtlich be-

trachtet kann die Redaktion das Thema aufgreifen und darüber berichten. Gleichwohl kann eine Berichterstattung Trittbrettfahrer herausfordern, die ähnliche Aktionen durchführen wollen. Die Redaktion muss sich ihrer Verantwortung bewusst sein und hat sich zu entscheiden, ob und gegebenenfalls wie sie über das angekündigte Attentat berichtet. Ähnliche Überlegungen wird die Redaktion bei der Frage anstellen, ob sie über einen Selbstmord berichtet. In Fällen wie diesem macht das Recht dem Journalisten keine verbindlichen Vorgaben. Er hat die Entscheidung selbst zu treffen und sollte die möglichen Folgen seines Handelns bedenken, denn eine Berichterstattung kann die Gesellschaft verändern oder Existenzen vernichten.

Etwas Falsches darf nicht berichtet werden. An unwahren Informationen besteht kein öffentliches Informationsinteresse, weil diese nicht der Meinungsbildung des Bürgers dienen. Deswegen müssen bei der Themenfindung Informationen auf Relevanz und Wahrheit abgeklopft werden. Es ist z.B. rechtlich unzulässig, Aussagen einer Person zu verbreiten, die diese gar nicht gemacht hat. Dies würde juristisch ausgedrückt das *allgemeine Persönlichkeitsrecht* des angeblich Interviewten verletzen.

Will der Journalist ein Thema realisieren um persönlichen Ärger loszuwerden, sollte man ihm davon abraten. Trotz aller Anstrengungen besteht bei persönlicher Betroffenheit stets die Gefahr, nicht objektiv zu berichten und einen anderen in der Öffentlichkeit mit unhaltbaren Vorwürfen zu konfrontieren. Nicht selten kommt es dann zu gerichtlichen Auseinandersetzungen.

Besonderheit Online und Social Media: Vorsicht ist geboten, wenn der Journalist zu einem bestimmten Thema spontan in einer sozialen Plattform wie z.B. in einem Blog Dampf ablassen will. Kurze und unrecherchierte Mitteilungen können auch in diesen neuen Medien schwerwiegende Folgen und juristische Auseinandersetzungen nach sich ziehen. Die rechtlichen Folgen sind im Onlinebereich also die gleichen wie im Offlinebereich.

Besonderheit Fernsehen: In der Praxis kommt es häufig vor, dass Themen deshalb nicht realisiert werden, weil es an aktuellen Bildern fehlt.

Fall

Gammelfleisch

Eine Supermarktkette kommt unter Beschuss, weil sie angeblich verdorbenes Fleisch im Angebot hat. Die Supermarktkette erlaubt keine Drehs, weder auf ihrem Grundstück noch in ihrem Laden.

Kein Grund, das Thema deshalb sterben zu lassen. Niemand kann den Journalisten verbieten, einen sogenannten Aufsager, außerhalb des Firmengeländes, mit Blick auf einen der Supermärkte zu drehen. Das gilt auch für Fotografen. Sie können jederzeit Firmen vom öffentlichen Weg aus fotografieren und ihre Bilder veröffentlichen.¹

Wichtig

Zum Berufsethos der Journalisten gehört, dass sie sich in ihren Redaktionen grundsätzlich kritisch zur Auswahl und Bewertung von Themen äußern dürfen. Allerdings muss jedes freie oder fest angestellte Redaktionsmitglied hinnehmen, dass irgendwann die Diskussion darüber, welche Themen realisiert werden, vom Chefredakteur beendet wird. Ansonsten besteht die Gefahr, dass das Produkt nicht rechtzeitig fertiggestellt wird. Weder der fest angestellte noch der freie Journalist kann verlangen, mit seinem Thema im Blatt, im Programm oder im Onlineauftritt zu Wort zu kommen.

Ein Recht auf freie Themenwahl haben somit die Medien gegenüber dem Staat, es besteht jedoch nicht im Verhältnis des Journalisten gegenüber seinem „Chef“. Die Tätigkeit des Journalisten dient nicht seiner Selbstverwirklichung und nicht der Durchsetzung seiner eigenen Auffassungen. Seine Aufgabe ist es, die freie und individuelle öffentliche Meinungsbildung zu fördern und zu gewährleisten.

2. Sind Themenvorschläge vor dem Zugriff anderer sicher?

Themenvorschläge sind vor dem Zugriff anderer grundsätzlich nicht geschützt. Nicht nur in Redaktionssitzungen oder Ideenkonferenzen werden Themen heiß diskutiert und beraten. Wenn Journalisten unter sich sind, nehmen sie meistens kein Blatt vor den Mund und erzählen von ihren Recherchen und Hintergrundgesprächen. Das kann sie teuer zu stehen kommen. Wenn ein Kollege eine Idee aufgreift und diese erfolgreich realisiert, fühlt sich der „hintergangene Kollege“ um sein Honorar betrogen. Mit der Kollegialität ist es dann schnell vorbei. Nicht selten werden dann Juristen um Hilfe gebeten. Doch die können hier meist nicht helfen, denn einen urheberrechtlichen Schutz gibt es grundsätzlich nur an ausformulierten Texten, Grafikentwürfen, Bildern, Filmsequenzen und ähnlichen Medienmaterialien. **Ideen** hingegen sind **schutzlos**.

Fall

Der Themenklau

Ein Journalist äußert die Idee, einen Beitrag zur Auswirkung von Fleischkonsum auf Gewaltverbrechen zu schreiben. Ein Kollege greift das Thema auf und kommt ihm zuvor.

Dagegen kann der Ideengeber nichts tun. Wäre das anders, kämen die kulturelle Entwicklung des Menschen und der gesamte Journalismus zum Erliegen. Das heißt aber auch, dass man ein Thema, das in einem anderen Medienorgan bereits behandelt wurde, seinerseits aufgreifen und – möglichst vertiefend – darstellen darf.

Wichtig

Themenvorschläge sind nur dann vor dem Zugriff von Kollegen und anderen geschützt, wenn sie als Text ausformuliert sind. Dabei muss es sich noch nicht um eine endgültige Textfassung handeln. Auch ein überarbeitungsbedürftiges Konzept genießt urheberrechtlichen Schutz, wenn es gewisse individuelle und kreative Züge erkennen lässt. Entsprechendes gilt für Grafiken, Bilder und Filmsequenzen. Transparente Themenvorschläge, die z.B. in einem redaktionsübergreifenden Planungstool gesammelt werden, können innerhalb der Redaktion verhindern, dass es zu einem Themenklau kommt.

Der Hörfunk- oder Fernsehbeitrag, der Presseartikel und Texte im Internet wie im Nachrichtenblog oder auf Facebook genießen grundsätzlich urheberrechtlichen Schutz und zwar im Unterschied zu einem Patent ohne behördliche Anmeldung oder einen Copyright-Vermerk. Gleichwohl räumt ein fest angestellter Journalist seinem Arbeitgeber regelmäßig durch Dienstvertrag oder Tarifvertrag das Recht ein, sein journalistisches Werk zu nutzen und gegebenenfalls auch an andere weiterzugeben. Entsprechende Regelungen finden sich auch in den Honorarverträgen für freie Mitarbeiter.²

Informationen, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen, sind frei. Deswegen dürfen Informationen z.B. über politische, wirtschaftliche oder kulturelle Vorgänge aus anderen journalistischen Beiträgen aufgegriffen und mit eigenen Worten in allen Medien wiedergegeben werden.³

Besonderheit Fernsehen: Häufig wird die Frage aufgeworfen, wie man Ideen für **neue Fernsehformate** schützen lassen kann. Am Beispiel der Sendung „TV-Total“ hat die Rechtsprechung entschieden, dass die Idee für ein Sendeformat nicht geschützt ist. Wenn aber die Idee gestaltet wird und

Form annimmt, indem z.B. konkrete Vorgaben zum Ablauf der Sendung, dem Bühnenbild oder der Moderation realisiert werden, ist das Produkt, d. h. die konkrete Sendung einschließlich Bühnenbild etc. rechtlich geschützt.⁴

3. Darf der Chefredakteur Inhalte vorschreiben und Themen ablehnen?

Grundsätzlich entscheidet der Chef, ob und wie ein Thema veröffentlicht wird. In welchem Umfang er inhaltlichen Einfluss auf die publizistischen Beiträge seiner Mitarbeiter nimmt, hängt vor allem von der Grundhaltung des Blattes oder dem Programmauftrag des Senders ab. Im juristischen Fachjargon spricht man vom sogenannten *Tendenzschutz*. Je weniger sich ein Medienunternehmen tendenziell auf eine politische oder weltanschauliche Grundhaltung festlegt, desto umfassender informiert die Redaktion ihre Leser, Hörer oder Zuschauer. Wenn z.B. der Redakteur bei einer Zeitung arbeitet, die sich als „unabhängig und überparteilich“ bezeichnet, sollte er in der Gestaltung seiner Beiträge und in seinen Kommentierungen weitgehend frei sein. Dasselbe trifft zu, wenn der Redakteur bei einem Sender arbeitet, der zur Meinungsvielfalt verpflichtet ist, wie dies für den öffentlichrechtlichen Rundfunk gilt. Dann müssen die Beiträge der Redakteure in Hörfunk und Fernsehen möglichst vollständig informieren und die verschiedenen politischen Meinungen umfassend widerspiegeln. Grundsätzlich besteht jedoch die Freiheit einer Zeitung wie eines privaten Rundfunksenders, sich einer bestimmten Tendenz zu verschreiben und seine Mitarbeiter darauf festzulegen.

Fall

Das Kirchenblatt

Journalist J einer christlich orientierten Zeitung manifestiert in einem Artikel die Vorzüge einer atheistischen Lebensweise. Sein Chef lehnt den Druck ab. Der fest angestellte Redakteur J will wissen, ob sein Vorgesetzter dies darf.

Rechtlich betrachtet darf der Chef entscheiden, ob und wie er ein bearbeitetes Thema seiner Mitarbeiter veröffentlicht. Da der Beitrag des J nicht zur Verwirklichung der christlichen Grundhaltung des Blatts beiträgt, also nicht der *Tendenz* der Zeitung entspricht, hat der Vorgesetzte des J gute Argumente für seine ablehnende Haltung.

Tagtäglich kommt es in den Redaktionen zu Auseinandersetzungen über die Themenauswahl, die Gewichtung von Themen, die Gestaltung einer Sendung oder des Onlineauftritts. Redakteure sollten ihren Journalisten ermöglichen, ihre Meinung frei zu äußern. Nur so entsteht eine Atmosphäre kreativen Arbeitens. Denn wenn Vorgesetzte von ihren Redakteuren verlangen, dass sie Weisungen widerspruchlos befolgen und eigene Meinungen und Vorstellungen nur nach Aufforderung äußern, würde dies die Redaktion lähmen und die Qualität des Produkts mindern. Dennoch unterliegt der fest angestellte Mitarbeiter einer Redaktion – wie jeder andere Arbeitnehmer auch – dem Weisungsrecht seines Vorgesetzten, an das er gebunden ist. Das betrifft auch inhaltliche Vorgaben.⁵ Chefs unterliegen nämlich entgegen einer weitläufigen Meinung keinem *Zensurverbot*. Dieses Verbot richtet sich nur an den Staat.⁶ Die Grenze zulässiger Weisungen des Vorgesetzten an den Redakteur verläuft dort, wo der Mitarbeiter gezwungen würde, etwas Unzulässiges wiederzugeben oder etwas mit seinem Namen zu unterzeichnen, was nicht seiner Auffassung entspricht. Eine solche Weisung würde sein *allgemeines Persönlichkeitsrecht* verletzen.

Von den inhaltlichen Weisungen zu unterscheiden sind Vorgaben, die der Chef an die konkrete **Machart** eines Beitrags knüpft. Der Chefredakteur und der Verleger können daher Weisungen zum Umfang des Artikels, der Länge eines Beitrags, der Bebilderung, der Schnittfolge, der Musik und der Erledigung usw. erteilen. Teilweise werden Festlegungen in sogenannten Redaktionsleitfäden formuliert. In den Redaktionen von Fernsehen und Hörfunk dienen entsprechende Anweisungen der Formatierung der einzelnen Beiträge. Das Ziel ist dabei, einen hohen Wiedererkennungswert beim Publikum zu schaffen.

Da **freie Mitarbeiter** keinen Arbeitnehmerstatus haben, unterliegen sie grundsätzlich nicht den Weisungen eines Chefredakteurs. Dennoch halten sie sich „freiwillig“ an die Vorgaben der Redaktion, weil sie ansonsten damit rechnen müssten, dass sie ihren Beitrag nicht „verkaufen“ können. Der Chefredakteur kann darüber hinaus auch Kriterien sowohl für freie als auch für feste Mitarbeiter festlegen, nach denen ein Themenvorschlag einzureichen bzw. anzubieten ist.

Der **freiberufliche Journalist** kann jederzeit ein ihm angetragenes Thema ablehnen. Er unterliegt grundsätzlich keinen Weisungen seines Auftraggebers, weil er nicht wie ein Arbeitnehmer abhängig beschäftigt ist. Freilich überlegt sich der freie Mitarbeiter gut, ob er ein Thema ablehnen sollte. Im Unterschied zu fest angestellten Mitarbeitern wird er zumeist nur für den abgelieferten und abgenommenen Beitrag honoriert.

Der **fest angestellte Redakteur** hat im Unterschied zum freiberuflich tätigen Kollegen nicht nur Rechte, sondern auch Pflichten. So hat er z.B. auf die Interessen seines Arbeitgebers Rücksicht zu nehmen. Diese Pflicht

zur Rücksichtnahme, die im juristischen Fachjargon „*Treuepflicht*“ heißt, kann dazu führen, dass er ein vorgegebenes Thema journalistisch bearbeiten muss, auch wenn ihm das „gegen den Strich“ geht, sei es, dass er das Thema für verzichtbar hält oder weil kein freier Mitarbeiter für das Thema zu gewinnen ist. Letztlich darf er Weisungen seines Vorgesetzten nicht verweigern. Das Weisungsrecht seines Chefs endet dort, wo der *Gewissensschutz* des Mitarbeiters tangiert ist. So kann auch der fest angestellte Mitarbeiter nicht gezwungen werden etwas unter seinem Namen zu veröffentlichen, was seiner Überzeugung oder künstlerischen Auffassung widerspricht. Außerdem darf er von niemandem verdonnert werden, eine wichtige wahrheitsgemäße Information in seiner Berichterstattung wegzulassen, wenn diese nach seiner Auffassung für die Öffentlichkeit wichtig ist. Aus seiner Weigerung darf dem Journalisten kein Nachteil entstehen.

4. Kann die Veröffentlichung verboten werden?

Grundsätzlich kann niemand eine geplante Veröffentlichung im Stadium der Themenauswahl und zum Zeitpunkt der Recherche gerichtlich verbieten lassen. Trotzdem werden Journalisten manchmal mit entsprechenden Drohungen eingeschüchtert. So drohen viele Rechtsanwälte in sogenannten „Presserechtlichen Rundschreiben“ mit Konsequenzen, falls die Journalisten bestimmtes Foto- und Videomaterial verwenden oder bestimmte Äußerungen von sich geben. In solchen Fällen sollte der Journalist prüfen – in Zweifelsfällen zusammen mit einem Juristen –, ob sein Bericht *Persönlichkeitsrechte* verletzen würde.

Vertreter der Wirtschaft und der Politik sind stark daran interessiert, in der Öffentlichkeit positiv zu erscheinen. Sie wissen, dass die Medien dabei eine wichtige Rolle spielen. Sie versuchen kritischen Fragen der Journalisten mit allen Mitteln aus dem Weg zu gehen und negative Berichte schon im Entstehen zu verhindern. Der Journalist dagegen beruft sich zu Recht auf seine Rolle als „Anwalt der Allgemeinheit“. Er hat die Aufgabe, über alle Vorgänge zu berichten, die im *öffentlichen Informationsinteresse* liegen. Die wichtigste Aufgabe der Medien ist es, den Staat und seine Organe zu kontrollieren und Missstände öffentlich zu machen. In den für Journalisten einschlägigen Gesetzen wie z.B. in den jeweiligen Landespressegesetzen wird das – in nahezu gleich lautender Weise – so beschrieben:

„Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe, indem sie insbesondere in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt“.

Fall**Die Mülldeponie**

Der Bürgermeister einer Stadt will in unmittelbarer Nähe eines Wohnviertels eine Mülldeponie errichten. Eine Bürgerinitiative macht auf den möglichen Gestank im nahe liegenden Wohngebiet durch Flugblätter aufmerksam. Das Stadtoberhaupt droht den Journalisten mit rechtlichen Schritten, falls sie das Thema aufgreifen und über den Inhalt der Flugblätter berichten.

Die Drohung des Bürgermeisters ist wirkungslos und für die Journalisten unbeachtlich. Staatliche oder kommunale Stellen haben keinerlei rechtlichen Einfluss auf die Themenauswahl einer Redaktion. Eine Pflicht zur Vorlage von Beiträgen, Fotos und Videosequenzen vor der Veröffentlichung wäre eine unzulässige Zensur.

Nicht ausgeschlossen ist demgegenüber, dass sich ein Betroffener bereits vor der Veröffentlichung mit einem sogenannten *vorbeugenden Unterlassungsanspruch* gerichtlich zur Wehr setzt, um eine Berichterstattung zu verhindern. Das kann er aber nur, wenn eine Veröffentlichung unmittelbar bevorsteht. Solange kein druck- oder sendereifer Text vorliegt, kann niemand gegen die Verbreitung einer Veröffentlichung vorgehen. Eine Recherche beim Betroffenen reicht ebenfalls nicht aus.⁷

Wichtig

Redaktionen sollten sich darauf einschwören, dass über die Themenauswahl, die Recherche und den sendereifen oder druckreifen Text nichts nach außen dringt, damit kein Betroffener in Versuchung gerät, das Thema gerichtlich verhindern zu wollen.

5. Wie verbindlich sind „Sperrfristen“ und „Exklusivverträge“?

„*Sperrfristen*“, mit denen häufig Behördeninformationen versehen sind, müssen von den Redaktionen nicht beachtet werden. Etwas anderes gilt, wenn der Journalist einen schriftlichen oder mündlichen Vertrag über die Einhaltung von Sperrfristen abgeschlossen hat.

Viele an Redaktionen gerichtete Informationen sind mit folgenden oder ähnlichen Vermerken versehen:

„Veröffentlichung nicht vor dem 20.02.; 18:00 Uhr!“

Diese einseitige Aufforderung kann lediglich als Bitte aufgefasst werden. Der direkt an die Information gekoppelte Sperrvermerk ergeht einseitig und löst für den Adressaten zumindest keine juristischen Verpflichtungen aus. Dennoch sollte sich die Redaktion überlegen, ob sie den Sperrvermerk übergeht. Wenn sie die Information vor Ablauf der gesetzten Frist veröffentlicht, muss sie beim nächsten Mal unter Umständen damit rechnen, dass sie die Info erst mit Ablauf der Sperrfrist erhält.

Fall

Die Sperrfrist

Der Pressesprecher einer Staatskanzlei ist bereit, dem Journalisten J eines Tagesblattes Informationen über eine anstehende Kabinettsumbildung zukommen zu lassen. Allerdings nur, wenn sich dieser schriftlich verpflichtet erst zu berichten, nachdem der Ministerpräsident die von ihm geplante Umbildung in einer Pressekonferenz offiziell bekannt gegeben hat. J ist damit einverstanden. Noch vor der Pressekonferenz wird die Information in einem Konkurrenzblatt veröffentlicht. J will wissen, ob er jetzt noch an die vereinbarte *Sperrfrist* gebunden ist oder die Information vorfristig veröffentlichen kann.

An eine vertraglich vereinbarte Frist muss sich J grundsätzlich halten. Deswegen sollten, wenn möglich, keine Vereinbarungen über Sperrfristen getroffen werden. Denn Vertrag ist Vertrag. Und daran ändert sich auch dann nichts, wenn ein Konkurrenzblatt die Information vorzeitig verbreitet. Allerdings ist der Inhalt des Artikels aus dem Konkurrenzmedium mit dessen Veröffentlichung frei. Das bedeutet, dass J den Artikel zitieren oder mit eigenen Worten wiedergeben darf.⁸

Eine andere Frage ist, ob man durch einen Exklusivvertrag, den ein Informant mit einem anderen Medienunternehmen geschlossen hat, an der Berichterstattung über den Fall gehindert ist. Ein *Exklusivvertrag* zwischen einem Informanten und einem Medienunternehmen hindert andere Medien nicht daran, über die dem Vertrag zugrundeliegenden Geschehnisse zu berichten. Sie sind nicht Partner dieses Vertrags.

Wenn also z.B. ein Überlebender eines Schiffunglücks mit der Zeitung A in einem Exklusivvertrag vereinbart, dass er seinen Bericht nur ihr zur Verfügung stellt, hindert dies Zeitung B nicht daran, Zeugen zu diesem Unglück zu befragen und darüber zu berichten. Der Betroffene selber aber kann zur Kooperation mit anderen Medien nicht gezwungen werden.

Der *Deutsche Presserat* hat sich in seinen publizistischen Grundsätzen reserviert gegenüber Exklusivverträgen ausgesprochen. Er begründet dies damit, dass die übrige Presse durch solche Vereinbarungen in ihrer Infor-

mationsfreiheit behindert ist.⁹ Journalisten sind nicht an den Pressekodex des Deutschen Presserats gebunden. In der Praxis werden zahlreiche Exklusivverträge vor allem mit Zeitschriften geschlossen. Exklusivität garantiert Wettbewerbsvorteile auf dem hart umkämpften Medienmarkt. Gegenstand eines Exklusivvertrags können Bilder, Interviews, Aufzeichnungen und ähnliches sein. Der Informant wird für seine exklusive Zusage einen Geldbetrag verlangen. Dafür will das Medienunternehmen die Gewähr, als einziges die Informationen des Vertragspartners zu erhalten. Um dies sicherzustellen, vereinbart es mit dem Informanten eine Pflicht zur Geldzahlung, falls er die Zusage nicht einhält. Der Informant muss also den vorgesehenen Geldbetrag als „Vertragsstrafe“ bezahlen, wenn er sich nicht an seine Exklusivzusage hält.

Gegenstand von Exklusivvereinbarungen können auch Schilderungen eines Täters über seine Verbrechen, also sog. **Verbrechermemoiren**¹⁰ sein. Dies ist rechtlich betrachtet grundsätzlich möglich. Der *Deutsche Presserat* sieht darin allerdings ein ethisches Problem, insbesondere dann, wenn die Tat durch die Berichterstattung nachträglich gerechtfertigt wird und die Opfer durch die Schilderungen des Täters unangemessen belastet oder gedemütigt werden.

Staatliche Stellen, wie z.B. Behörden, dürfen keine Exklusivvereinbarungen mit der Presse treffen, da sie alle Medienunternehmen grundsätzlich gleich zu behandeln haben.

Im Unterschied dazu ist es **Privatleuten** und **privaten Unternehmen** erlaubt, Informationen ausgewählten Medien zur Verfügung zu stellen.

Wichtig

Ein Exklusivvertrag hat keinerlei Wirkung auf konkurrierende Medien. Deshalb dürfen sich die „ausgeschlossenen“ Medien aus erreichbaren Quellen informieren und über ihre so gewonnenen Erkenntnisse berichten.

Muster

für einen Exklusivvertrag:

Zwischen

(Mediananbieter z.B. Verlag, Rundfunkanstalt)

Redaktion

und

(Vertragspartner)

Name

§ 1 Vertragsgegenstand

Der Vertragspartner stellt dem (Medienanbieter) exklusiv sein

- komplettes Wissen in einem Interview
- alle Fotos
- sämtliche Filmsequenzen
- das gesamte Textmaterial
- seine Lebensgeschichte
- _____ (Sonstiges)

zum Thema _____ zwecks Veröffentlichung zur Verfügung.

§ 2 Honorar

Der Informant erhält für die von ihm nach diesem Vertrag zu erbringenden Leistungen ein Pauschalhonorar von _____ Euro. Das Honorar wird am _____ fällig. (Stückelungen möglich, z.B. eine Hälfte nach Durchführung oder Veröffentlichung des Interviews, die andere Hälfte nach Ablauf der Sperrfrist.)

Der Anspruch auf das Honorar entfällt, wenn andere Presseorgane/Rundfunk/Fernsehen vor erstmaliger Veröffentlichung durch den (Medienanbieter) über das Thema berichten und der Informant nicht nachweist, dass die Fremdberichterstattung ohne Verletzung seiner Vertragspflichten erfolgte. Gleiches gilt bei einem vorbeugenden Verbot gegen die Berichterstattung.

§ 3 Exklusivität

Der (Medienanbieter) erhält die exklusiven Nutzungs- und Verwertungsrechte an allen eingeräumten oben genannten Nutzungen. Die Rechtsübertragung umfasst auch das Recht zur weltweiten Veröffentlichung in jeder bekannten oder in Zukunft noch bekannt werdenden Art. Die übertragenen Rechte werden bis zum _____ (Sperrfrist) an den (Medienanbieter) übertragen. Die Sperrfrist beginnt mit der beiderseitigen Unterzeichnung dieses Vertrages.

Der Informant versichert, dass seine Informationen richtig und vollständig sind und dass die von ihm zur Verfügung gestellten oben aufge-

fürten Materialien keine Rechte Dritter verletzen. Der Vertragspartner ist damit einverstanden, dass sein Bildnis einschließlich Namensnennung uneingeschränkt veröffentlicht werden darf und die von ihm exklusiv zur Verfügung gestellten Materialien und Informationen zur ein- oder mehrmaligen Veröffentlichung vom (Medienanbieter) verwendet werden dürfen. Darüber hinaus ist der (Medienanbieter) berechtigt alle zur Verfügung gestellten Materialien, einschließlich Ausschnitte des Interviews, nach journalistischen Erfordernissen und Notwendigkeiten zu bearbeiten und auszuwerten. Der (Medienanbieter) ist dabei keinerlei Beschränkungen in der Art und Weise der Berichterstattung unterworfen.

Der Informant verpflichtet sich alle eingeräumten Nutzungen bis zum Ablauf der Sperrfrist geheim zu halten, insbesondere Dritten keine Informationen und Interviews zum o. g. Thema einzuräumen.

Der Vertragspartner verpflichtet sich für jeden Fall der Zuwiderhandlung eine Vertragsstrafe von _____ Euro zu bezahlen und die bis dahin gezahlten Honorare zurückzuerstatten.

§ 4 Sonstiges

Änderungen, Ergänzungen, Kündigungen oder eine Aufhebung des Vertrags bedürfen der Schriftform. Sollten einzelne Regelungen dieses Vertrags unwirksam sein, berührt dies nicht die Wirksamkeit der übrigen Vereinbarungen.

Datum, Ort

(Medienanbieter)

(Vertragspartner)

Besonderheit Fernsehen: Beim Fernsehen könnten *Exklusivverträge* dazu führen, dass viele Zuschauer von wichtigen Ereignissen ausgeschlossen sind. Doch das lässt der Gesetzgeber nicht zu.

Fall**Das Autorennen**

Ein Sportveranstalter schließt mit dem privaten Fernsehanbieter F einen Exklusivvertrag über ein populäres Autorennen auf der ihm gehörenden Rennstrecke. Im Vertrag ist vereinbart, dass nur F und kein anderer Fernsehanbieter drehen und in voller Länge live übertragen darf. Dagegen wehrt sich der Fernsehanbieter G, der ebenfalls berichten will.

Exklusivverträge sind zwar grundsätzlich zulässig, aber beim Fernsehen könnten solche Vereinbarungen dazu führen, dass große Teile der Bevölkerung von spannenden und interessanten Ereignissen gänzlich ausgeschlossen wären. Man denke zum Beispiel daran, dass ein Veranstalter die Exklusivität ausschließlich einem Pay-TV Anbieter einräumt.

In der Praxis kann sich der ausgeschlossene Konkurrent deshalb dem Veranstalter gegenüber auf das sog. Kurzberichterstattungsrecht berufen.¹¹

Das hat für G folgende Vorteile:

- Der Veranstalter des Autorennens muss ihm Zutritt zum Autorennen verschaffen – gegen Eintrittsgebühr.
- G darf drehen,
Wermutstropfen dabei ist:
 - G darf nicht in voller Länge und live übertragen, sondern maximal 90 Sekunden Bildmaterial im Anschluss an die Veranstaltung ausstrahlen.
 - F kann als Gegenleistung für die Fernsehkurzberichterstattung Geld verlangen. Allerdings nicht in beliebiger, sondern nur in „angemessener“ Höhe.¹²

Auf das Recht zur Kurzberichterstattung kann sich nur das **Fernsehen** berufen.¹³

Wenn der Veranstalter davon nichts wissen will, empfiehlt es sich, einen Juristen zu Rate zu ziehen. Der kann gerichtlich innerhalb kurzer Zeit den Veranstalter dazu zwingen, dass dem Fernsehen Zutritt zum Event und zur Kurzberichterstattung gewährt wird.¹⁴ Bestimmte Großereignisse wie z.B. die Olympischen Spiele und die wichtigsten Spiele einer Europa- und Weltmeisterschaft müssen jedenfalls in voller Länge im Free-TV gezeigt werden.¹⁵

6. Wann ist ein Thema „reif“?

Ein Thema ist dann „reif“, wenn es mit Fakten untermauert werden kann. Um sich Ärger zu ersparen, sollten diese Tatsachen „belegbar“ sein. Es ist rechtlich unzulässig, falsche Informationen über andere Personen zu veröf-

fentlichen. Das gilt auch für alle Veröffentlichungen im Internet, wie z.B. auf einer Website, in einem Blog oder auf Facebook. Wenn sich ein Betroffener gegen die Veröffentlichung zur Wehr setzt, müssen die Medien ihre Behauptungen grundsätzlich belegen können. Gelingt ihnen das nicht, hat der Betroffene gute Chancen, gerichtliche Abwehrensprüche geltend zu machen oder Strafanzeigen wegen „Übler Nachrede“ zu stellen.¹⁶

Fall

Die Floskel

In einem Hörfunkbeitrag äußert sich der Reporter wie folgt: „Man fragt sich, ob sich der Baudezernent für die Vergabe des millionenschweren Auftrags an Bauunternehmer Schlenker bezahlen ließ“.

Auch wenn sich der Hörfunkjournalist noch so vorsichtig ausdrückt: seine Äußerungen erwecken beim Hörer den Eindruck, der Beamte habe sich strafbar gemacht.¹⁷ Diese Vermutung muss der Redakteur mit Fakten belegen können. Ansonsten kann sein Beitrag vom Baudezernenten angegriffen werden. Mit anderen Worten: Das Thema „Bestechlichkeit“ war ohne weitere Recherchen noch nicht reif zur Produktion eines Hörfunkbeitrags.

Wichtig

Der Journalist kann sich seiner Verantwortung und Haftung nicht dadurch entziehen, dass er Vorwürfe oder Pauschalurteile in Floskeln verpackt, ohne diese inhaltlich zu belegen. Erst wenn ausreichende Anhaltspunkte für einen Vorwurf oder einen Verdacht bestehen, ist das Thema reif und kann verbreitet werden. Das gilt unabhängig davon, in welchem Medium oder auf welcher Plattform im Internet der Medienschaffende sein Thema veröffentlichen will. Gleiches ist zu beachten, wenn Gerüchte weitergegeben werden sollen. Zuvor ist eine Detailrecherche unerlässlich.