

Material für die Presse

Pressekonferenz am 8. August 2019

„Wenn Sie das schreiben, verklage ich Sie!“

OBS/GFF-Studie untersucht „neue Anwaltsstrategien“ gegenüber Medien

1. Kleiner Markt mit klarer Positionierung

Für die Studie wurden systematisch Daten über den Anwaltsmarkt im Presserecht erhoben. Nach Selbstauskunft sind über 600 Anwältinnen und Anwälte in Deutschland im Presserecht aktiv. Die meisten von ihnen, die über die Anwaltssuchen der Rechtsanwaltskammern zu finden sind, arbeiten in Hamburg (76), Köln (72), München (54), Berlin (44) und Frankfurt am Main (26). Allerdings ist zu bezweifeln, dass all diese Anwältinnen und Anwälte stark presserechtlich beraten. Der Kernmarkt ist weitaus kleiner. Er zeichnet sich durch einen hohen Grad an Spezialisierung und Positionierung aus: Anwältinnen und Anwälte vertreten entweder (eher) Medien oder (eher) Betroffene.

Der Markt hat trotz einer Zunahme von Rechtsverletzungen im Internet vergleichsweise geringe Wachstumspotentiale. Im Kern sind die Klienten eine begrenzte Anzahl zahlungskräftiger Unternehmen oder prominenter Privatpersonen. Außerdem begreifen bei sinkenden Werbeeinnahmen gerade Zeitungsverlage presserechtliche Beratungen als Kostenfaktor, weshalb Kanzleien, die schwerpunktmäßig Medienunternehmen vertreten, tendenziell keine steigenden Umsätze erwarten. Daher hat es wohl auch wirtschaftliche Gründe, dass sich Presserechtskanzleien in den vergangenen Jahren neue Marktpotentiale im Bereich des präventiven Rechtsschutzes erschlossen haben.

2. „Harte“ oder „weiche“ Methoden gegenüber Redaktionen

Das Presserecht ist grundsätzlich repressiv konzipiert. Gegen eine Berichterstattung kann erst nach Erscheinen vorgegangen werden kann. Vorbeugende Unterlassungsansprüche scheitern dagegen häufig bereits, weil sich Anträge mangels genauer Kenntnis der geplanten Berichterstattung nicht hinreichend bestimmt formulieren lassen. Das ist erforderlich, weil sich

Beiträge nicht abstrakt verbieten lassen. Vielmehr ist das Unterlassungsbegehren konkret zu benennen.

Dennoch wenden Anwältinnen und Anwälte immer stärker präventive Strategien an, mit der eine Berichterstattung verhindert oder zumindest inhaltlich beeinflusst werden soll. Hierzu zählen insbesondere sogenannte „presserechtlichen Informationsschreiben“. Hiermit wird vor rechtlichen Konsequenzen einer Berichterstattung gewarnt – und deshalb ein Unterlassen angeraten. Neben solchen „harten“ Maßnahmen entwickeln die Kanzleien in jüngster Zeit jedoch auch „weichere“ kommunikativ-kooperative Methoden, um Medien zu beeinflussen.

3. „Presserechtliche Informationsschreiben“ wirken vor allem gegenüber dem Boulevard-Journalismus

Den Ergebnissen der Studie zufolge bewerten Journalistinnen und Journalisten presserechtliche Informationsschreiben mehrheitlich als Drohung. Dabei werden solche Schreiben allerdings vor allem gegenüber Boulevard-Medien eingesetzt. Hier erzielen sie aus Sicht der Betroffenen auch regelmäßig die gewünschten Effekte. Die betreffenden Redaktionen geben in der Studie an, dass sie presserechtliche Informationsschreiben ernst nehmen und eine geplante Berichterstattung oftmals nicht veröffentlicht wird. Dem liegt vor allem eine wirtschaftliche Kalkulation zugrunde: Redaktionen und Justitiariate wägen mögliche Prozesskosten mit dem Aufmerksamkeitswert einer Geschichte ab.

Viele der befragten Anwältinnen und Anwälte bewerten presserechtliche Informationsschreiben allerdings kritisch, weil sie als drohend bzw. verhindernd wahrgenommen werden. Medien können sich dadurch erst motiviert fühlen, was gerade investigativ arbeitende Redaktionen in der Studie auch bestätigt haben. Es spricht daher Vieles dafür, dass die allgemeine Wirkkraft dieses Instruments über den Boulevard-Journalismus hinaus lange Zeit überschätzt wurde, besonders mit Blick auf den investigativen Journalismus. Vielmehr erhöhen Anwaltschreiben sogar die Sorgfältigkeit bei Medien und können dazu führen, dass einzelne Formulierungen „entschärft“ werden – eine Verhinderung investigativer Recherchen aufgrund anwaltlicher Drohungen ist dagegen nicht feststellbar.

Einen Sonderfall bilden allenfalls TV-Produktionsfirmen, falls sich die Auftrag gebenden Sender im Vorfeld weigern, die Haftungsrisiken bei investigativen Dokumentationen zu übernehmen. Eine entsprechende Selbstverpflichtung haben bisher mit dem MDR, NDR und RBB

erst drei ARD-Anstalten unterzeichnet, was von einigen Journalistinnen und Journalisten kritisch gesehen wird. Die Autoren empfehlen daher, dass weitere Sender sich der Selbstverpflichtung anschließen.

4. Kooperative Strategien der Kanzleien langfristig erfolgreicher

Weil präventive Anwaltsschreiben im investigativen Journalismus im Regelfall nicht zur Verhinderung einer Berichterstattung führen, setzen Medienkanzleien zunehmend auf „weichere“ Ansätze in Form von kommunikativ-kooperativen Maßnahmen. Zu solchen Präventivmaßnahmen, für die Kanzleien häufig mit Kommunikationsagenturen kooperieren, zählt etwa der Versuch, eine Gegenöffentlichkeit im Internet aufzubauen oder der Redaktion andere Informationen zum Tausch anzubieten, die aus Sicht der Betroffenen eher veröffentlicht werden können.

Außerdem kommt es vor, dass Kanzleien Hintergrundgespräche zwischen Unternehmen und recherchierenden Journalistinnen und Journalisten arrangieren, um „ins Gespräch zu kommen“. Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass solche kommunikativ-kooperativen Maßnahmen aus Sicht der Kanzleien langfristig erfolgreicher sind: Redaktionen wünschen sich, dass Betroffene über inhaltliche Streitpunkte diskutieren, anstatt mit rechtlichen Mitteln zu drohen.

Wann immer eine solche Diskussion in Gang kommt, berichten Journalistinnen und Journalisten von einer größeren Bereitschaft, in begründeten Fällen inhaltliche Änderungen an einer geplanten Berichterstattung vorzunehmen. So sind Redaktionen bisweilen bereit, einzelne Informationen herauszunehmen oder Formulierungen abzuschwächen. In diesem Bereich haben sich allerdings bislang erkennbar kaum journalistische Standards herausgebildet, weil Anwältinnen und Anwälte über ihr Rollenverständnis selbstverständlich Interessenvertreter sind. Letztlich geht es um eine Balance von Nähe und Distanz.

5. Meinungs- und Pressefreiheit entwickeln sich zu Ungunsten der Medien

Größeren Grund zur Sorge als bei presserechtlichen Informationsschreiben sehen die Autoren der Studie dagegen in der Bereitschaft von Medienunternehmen, sich mit Rechtsmitteln für die Meinungs- und Pressefreiheit einzusetzen. Das gilt insbesondere für Zeitungshäuser, die Umsatzeinbußen hinzunehmen haben. Die Korrektur eines Online-Artikels beim Anruf von

Anwältinnen und Anwälten ist ebenso üblich wie eine außergerichtliche Einigung oder ein Vergleich vor Gericht. Zahlreiche Aussagen von interviewten Kanzleien und Redaktionen im Rahmen der Studie sprechen dafür, dass Medien oftmals eher gewillt sind als früher, eine Unterlassungserklärung abzugeben, insbesondere wenn die Gegenseite auf die Kostenerstattung verzichtet.

Aus Sicht der Medien ist dies insofern nachvollziehbar, wenn Geschichten ohnehin längst veröffentlicht worden sind und sich im Nachhinein kostenintensive Rechtsstreitigkeiten vermeiden lassen. Langfristig ist dies jedoch für das Presserecht – und damit für die Pressefreiheit – eine bedenkliche Entwicklung. Wenn Medien besonders in Grenzfällen nicht für ihre Rechtsposition streiten, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass nach und nach die Betroffenenrechte gegenüber der Meinungs- und Pressefreiheit einseitig gestärkt werden.

Eine ausgewogene Entwicklung des Rechts benötigt grundsätzlich auch eine juristische Waffengleichheit zwischen Medien und Betroffenen. Bislang führt der sogenannte fliegende Gerichtsstand – also die freie Wahl des örtlich zuständigen Gerichts in presserechtlichen Konflikten – dazu, dass nahezu alle hier relevanten Verfahren vor Pressekammern geführt werden, die den Ruf besitzen, Abwägungsentscheidungen tendenziell zugunsten des Persönlichkeitsrechts vorzunehmen. So wirkt sich eine mangelnde Bereitschaft, den BGH oder das BVerfG anzurufen, für die Fortentwicklung der Meinungs- und Pressefreiheit insgesamt nachteilig aus. Das gilt umso mehr, als die höheren Instanzen die Bedeutung einer freien Berichterstattung erfahrungsgemäß stärker akzentuieren als die unteren Instanzen – und damit die Gewinnchancen für Medien vor BGH und BVerfG grundsätzlich steigen.

6. Selbstverpflichtung, um Musterfälle zu identifizieren?

Um diesen strukturellen Gefährdungen entgegenzuwirken, schlagen die Autoren eine Selbstverpflichtung von Medienunternehmen vor: Rechtskonflikte von grundsätzlicher Bedeutung sollten an ein Gremium gemeldet werden, welches Einzelfälle dann auf ihre Bedeutung für die Fortschreibung der Meinungs- und Pressefreiheit hin prüft. Derzeit gibt es beispielsweise bei vielen Regionalverlagen Unsicherheit, wo die Grenze zwischen Löschersuchen von Betroffenen auf Basis der Datenschutzgrundverordnung und der Pressefreiheit genau verläuft.

Selbst wenn ein Medienunternehmen eine Rechtsstreitigkeit aus finanziellen Gründen selbst nicht ausfechten möchte, könnte eine solche Selbstverpflichtung die Grundlage für eine Finanzierungsentscheidung sein. Für die Kostenübernahme ließe sich beispielsweise ein Fonds gründen. Der Weg einer schnellen und kostengünstigen Einigung in Fällen von nicht grundsätzlicher Bedeutung bliebe daneben bestehen.

„Wenn Sie das schreiben, verklage ich Sie!“ – Studie zu präventiven Anwaltsstrategien gegenüber Medien, OBS-Arbeitsheft 99, Frankfurt am Main, August 2019

OBS-Arbeitsheft 99

Gesellschaft für
Freiheitsrechte

Otto
Brenner
Stiftung

Tobias Gostomzyk/Daniel Moßbrucker



**„Wenn Sie das schreiben,
verklage ich Sie!“**

Studie zu präventiven Anwaltsstrategien gegenüber Medien

Unterstützt von Otto Brenner Stiftung und Gesellschaft für Freiheitsrechte e. V.
Frankfurt am Main 2019