



Foto: Unsplash

Das Spannungsfeld von Persönlichkeitsrecht und Meinungsäußerung

von Robert Golz, LL.M.

Die Reputation eines Unternehmens (Firma) oder eines Produktes (Marke) oder einer Person (sei es als Sportler, Influencer oder Künstler), die meist über die Jahre mühevoll aufgebaut wurde, ist ein kostbares, aufgrund der digitalen Vermarktungsmöglichkeiten, auch kommerziell enorm wichtiges (Wirtschafts-)Gut. Manchmal geht es aber bei dem Schutz der Reputation in diesem Sinne auch einfach (nur) um den Ruf einer Person oder dem Schutz der Privatsphäre.

Egal ob die Angriffe auf die zu schützende Reputation einen kommerziellen Hintergrund haben und im Wettbewerbsrecht spielen oder es um die Verteidigung des guten Rufes mit persönlichkeitsrechtlicher Ausprägung geht, der Faktor Zeit und die Wahl der richtigen Verteidigungs- bzw. Angriffsstrategie ist hierbei enorm wichtig. Es muss sehr schnell gehen und das rechtliche Rüstzeug will gut gewählt sein. Dies erfordert ein hohes Spezialwissen und eine langjährige Prozess Erfahrung.

Durch das Internet und die Sozialen Medien hat der Reputationsschutz eine noch viel größere Bedeutung gewonnen. Herabsetzende Informationen verbreiten sich im Internet und im Social-Media viel schneller als in der analogen Welt, sind mit wenig Ressourcen und finanziellem Aufwand einer viel größeren Anzahl von Empfängern zugänglich und, wenn einmal veröffentlicht, in der digitalen Welte nur noch sehr schwer wieder einfang- bzw. entfernbar.

Hier kommt der Reputationsschutz ins Spiel. Der Reputationsschutz bedient sich auf der gerichtlichen Ebene der im Äußerungs- und Presserecht zur Verfügung stehenden Verteidigungsmittel. Vorgerichtlich gilt es um eine besonnene und rechtlich fundierte Reaktion auf den Angriff auf die eigene Reputation. Hierbei ist stets auch eine von der rechtlichen Bewertung losgelöste Beratung zu den möglichen Auswirkungen des Vorgehens erforderlich, um die Breitenwirkung und die durch die Reputationsverletzung eingetretenen Folgen unter Umständen nicht noch zu verstärken (sog. Streisand-Effekt).

Dabei verstehen wir unter Reputationsschutz insbesondere: →

- 1. Klassischer Reputationsschutz – Persönlichkeitsrechte und Privatsphärenschutz**
 - a) Persönlichkeitsrechtsschutz als Schutz vor »Unwahrheiten«*
 - b) Recht auf Privatsphäre*

- 2. Schutz der Reputation gegen falsche bzw. irreführende Darstellung von Wettbewerbern (Unlauterer Wettbewerb – UWG)**

- 3. Beratung in der Kommunikation mit der Presse (Verdachtsberichterstattung)**

- 4. Unternehmens- und Produktbewertungen überprüfen und bei Bedarf korrigieren (Google, Amazon, Jameda und Co.)**

- 5. Krisenkommunikation nach Cyberattacken oder einem Data-Breach**

- 6. Gerichtliche Maßnahmen zur Durchsetzung der vorstehenden Ansprüche, insbesondere im einstweiligen Rechtsschutz**
 - a) Unterlassungsanspruch*
 - b) Gegendarstellung*
 - c) Widerruf*
 - d) Richtigstellung*

1. Klassischer Reputationsschutz – Persönlichkeitsrechte und Privatsphärenschutz

Beim »klassischen« Reputationsschutz geht es um zivilrechtliche Einwirkungen auf das Persönlichkeitsrecht und den Schutz der Privatsphäre, also zum einen um die »Falschdarstellung« der eigenen Person oder des eigenen Unternehmens in der Öffentlichkeit durch Dritte oder zum anderen um den Umstand, überhaupt mit privaten schutzfähigen Inhalten sich in der Öffentlichkeit wiederzufinden.

Anders als vielleicht von einigen Internetnutzern erhofft, ist das das Internet hierbei kein rechtsfreier Raum. Gerade über Social Media Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram, TikTok etc., verbreiten sich rechtsverletzende Aussagen wie ein Lauffeuer. Darunter unter anderem Falschbehauptungen (»Fake News«), Schmähkritik, rufschädigende bzw. ehrverletzende Äußerungen (»Rufmord«), Hasskommentare (»Hate Speech«), Beleidigungen, Verleumdungen und üble Nachrede. Neben einer unter Umständen möglichen strafrechtlichen Verfolgung können sich betroffene Personen auch auf zivilrechtlichem Wege gegen diese Äußerung wehren.

Verletzt werden in erster Linie das Allgemeine Persönlichkeitsrecht bzw. das Unternehmenspersönlichkeitsrecht. Anhand einer Einzelfallprüfung ist sodann zwischen einer wahren oder unwahren Tatsachenbehauptung zu unterscheiden. Handelt es sich um ein Werturteil muss zudem geprüft werden, ob ein solches Werturteil von der Meinungsfreiheit umfasst ist, oder ggf. die Grenze zu einer Schmähkritik oder Beleidigung überschritten wurde.

Liegen der Veröffentlichung Fotos zugrunde, kommt des Weiteren eine Verletzung des Rechts am eigenen Bild der abgebildeten Person in Betracht.

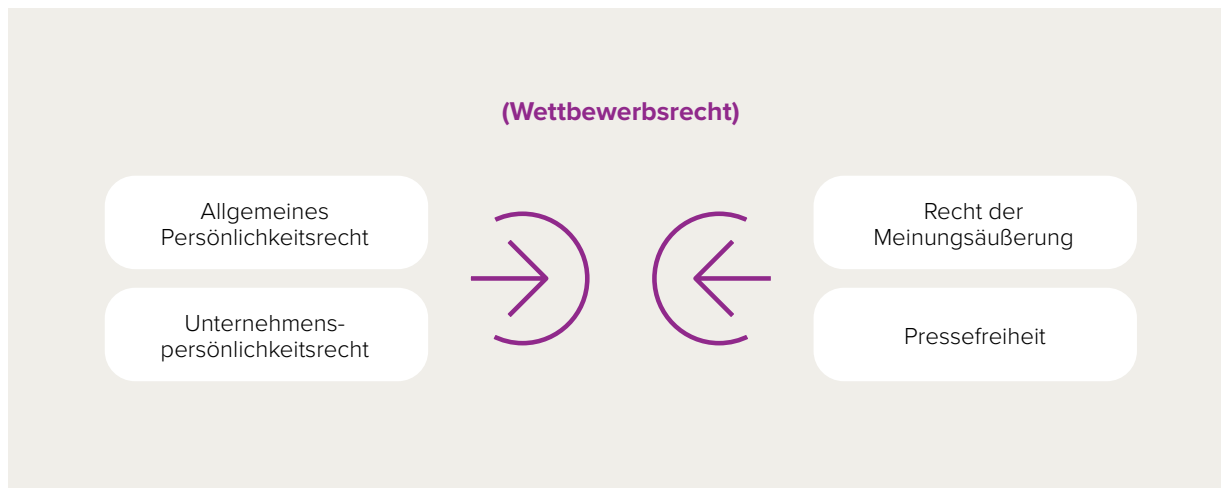
a) Persönlichkeitsrechtsschutz als Schutz vor »Unwahrheiten«

Rechtlich bewegt man sich beim Reputationsschutz im Spannungsfeld von kollidierenden Grundrechten, die wie im Äußerungs- und Presserecht üblich, gegeneinander abgewogen werden müssen.

Auf der einen Seite stehen mit der zu schützenden Reputation einer Person das allgemeine Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1, Art. 1 Abs. 1 GG) und bei Unternehmen das Unternehmenspersönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1, Art. 19 Abs. 3 GG).

Auf der anderen Seite kann für diejenigen, der sich öffentlich in einer bestimmten Art und Weise über eine Person oder ein Unternehmen äußert, das Grundrecht der Meinungsfreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG streiten. Eine besondere und für die Demokratie konstituierende Bedeutung kommt hierbei der Presse zu, die deshalb neben besonderen Privilegien als Ausfluss der Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG aber auch bestimmte Verpflichtungen trifft.

Eingebettet kann dieses Verhältnis zudem auch noch in die Vorgaben des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) sein, wenn die Protagonisten in einem Wettbewerbsverhältnis zueinander stehen. Dann gilt der strengere Maßstab des UWG.



Bei öffentlich herabsetzenden Äußerungen gilt es diese kollidierenden Rechte gegenüberzustellen und gegeneinander im Einzelfall abzuwägen. Hierbei kommt es entscheidend auf die Art der Äußerung und ihre Einordnung im Kontext an. Handelt es sich um eine **Tatsachenbehauptung** oder um eine **Meinungsäußerung**? Eine nicht einfache Bewertung mit vielen rechtlichen Facetten und einer ausgeprägten Rechtsprechung, die beachtet werden muss.

Kennzeichnendes Merkmal der **#Meinungsäußerung** ist ihre Subjektivität. Die Meinung ist geprägt durch das Element der Stellungnahme, des Dafürhaltens und Meinens im Rahmen einer geistigen Auseinandersetzung. Unerheblich ist hierbei die Bedeutsamkeit, die Richtigkeit oder gar die Vernünftigkeit dieser Äußerung. Selbst polemische und beleidigende Werturteile oder sogar rechtsextremistische Äußerungen können in den Schutzbereich fallen, soweit sie als Teil des Meinungskampfes verstanden werden müssen. Die Bezeichnung als **#HateSpeech** ist hierbei rechtlich keine geeignete Abgrenzungshilfe. HateSpeech, und was auch immer man genau darunter verstehen mag, ist nicht allgemein unzulässig. Auch Hass kann eine Meinung sein.

Diese Grenze zu unzulässigen Meinungsäußerung ist aber bei der sog. **#Schmähhkritik** überschritten. Die Schmähhkritik zielt nur noch auf Verunglimpfung einer Person. Die Meinungsbildung – und sei es in noch so polemischer und zugespitzter Form – spielt hierbei keine Rolle. Ihr fehlt der Sachbezug. Es geht der sich äussernden Person nur um Herabsetzung. Die Gerichte sind jedoch bei Annahme einer Schmähhkritik sehr zurückhaltend. Die Voraussetzungen für deren Annahme sind sehr hoch, weil sie einen schwerwiegenden Eingriff in die Meinungsfreiheit beinhaltet.

Vom subjektiv wertenden Meinen lässt sich die reine **#Tatsachenbehauptung** unterscheiden. Sie ist einem Wahrheitsbeweis zugänglich. Bei der Tatsachenbehauptung steht der Wahrheitsgehalt der Äußerung im Vordergrund. Hierüber kann im Wege einer Beweisaufnahme erkannt werden. Eine erwiesene oder sogar bewusst unwahre Tatsachenbehauptung fällt aus dem Schutzbereich des Art. 5 Abs. 1 GG heraus.

In einfachen Beispielen ausgedrückt handelt es sich bei der Aussage:

»Das Unternehmen XY zahlt den Lohn immer zu spät« um eine Tatsachenbehauptung, die mit Mitteln des Beweises überprüfbar ist und wenn unwahr, einen Eingriff in das Unternehmenspersönlichkeitsrecht des Unternehmens XY darstellt und zu unterlassen ist.

Hingegen handelt es sich bei der Aussage:

»**Ich finde das Unternehmen XY zahlt seinen Mitarbeitern unfaire Löhne**« um ein Werturteil, das nur sehr eingeschränkt überprüfbar ist und damit in der Regel vom Unternehmen XY hinzunehmen sein wird.

b) Recht auf Privatsphäre

Ein Schutzanspruch kann aber auch für Eingriffe in die Intims- oder Privatsphäre bestehen, also Bereiche, mit denen man sich nicht in der Öffentlichkeit wiederfinden will und muss.

Auch Prominente können grundsätzlich beanspruchen, in der eigenen Privatsphäre vom Blick ihrer Mitmenschen verschont zu werden. So stellen sich als Beeinträchtigungen der Privatsphäre von privater Seite allein schon die journalistische Ausforschung im privaten Bereich und die Veröffentlichung entsprechender (wahrer oder falscher) Tatsachen und Bildberichte dar. Auch Aufzeichnungen mit privatem Inhalt, wie etwa Tagebücher oder ärztliche Unterlagen über den Gesundheitszustand, sind von zivilrechtlichen Schutzansprüchen erfasst. Mitteilungen von (auch wahren) Tatsachen wie auch die Veröffentlichung von Bildern aus der Privatsphäre sind hieran zu messen. Kommt es bei journalistischen Berichten, etwa durch Verbreiten unwahrer Tatsachen, gleichzeitig zu Verfälschungen des Persönlichkeitsbildes, oder geht die Tatsachenmitteilung Hand in Hand mit beleidigenden Werturteilen, kann neben der Privatsphäre auch der Schutz von Ehre und Ruf, wie oben dargestellt, betroffen sein.

Grundsätzlich gilt: Je weiter ich mich in einer äußeren Sphäre bewege, desto mehr darf die Presse berichten.



Die **#Sozialsphäre** betrifft den Bereich, in dem sich die persönliche Entfaltung von vornherein im Kontakt mit der Umwelt vollzieht, so insbesondere das berufliche und politische Wirken des Individuums.

Demgegenüber umfasst die **#Privatsphäre** sowohl in räumlicher als auch in thematischer Hinsicht den Bereich, zu dem andere grundsätzlich nur Zugang haben, soweit er ihnen gestattet wird; dies betrifft in thematischer Hinsicht Angelegenheiten, die wegen ihres Informationsinhalts typischerweise als »privat« eingestuft werden, etwa weil ihre öffentliche Erörterung als unschicklich gilt, das Bekanntwerden als peinlich empfunden wird oder nachteilige Reaktionen in der Umwelt auslöst.

Die **#Intimsphäre** umfasst zum einen jene Aspekte der Persönlichkeit, in denen der Einzelne keinem anderen Einblick gewähren möchte, und über die er mit keinem Dritten kommunizieren will (hierbei handelt es sich vor allem um private schriftliche Aufzeichnungen wie Tagebücher). Teil dieses innersten Geheimbereiches des Individuums können zum anderen aber auch Kommunikationsvorgänge sein, wenn sie im engsten Familienbereich bzw. unter (Ehe-)Partnern getätigt werden. Die Intimsphäre erstreckt sich weiter auf die mit der Sexualität und dem Sexualleben zusammenhängenden Fragen der Lebensgestaltung, die der Einzelne in der Regel in ähnlicher Weise vor dem Zugriff unbeteiligter Dritter – auch soweit sie bspw. Familienangehörige sind – abschirmen möchte.

2. Schutz der Reputation gegen falsche bzw. irreführende Darstellung von Wettbewerbern (Unlauterer Wettbewerb - UWG)

Für Unternehmen sollte grundsätzlich die Möglichkeit bestehen, in einem sachlichen Rahmen an Mitbewerbern und deren Leistungen Kritik zu äußern. Gerade im Hinblick auf das berechnete Interesse der sonstigen Marktteilnehmenden an derartigen Informationen besteht hieran grundsätzlich zwar auch ein berechtigtes öffentliches Interesse. Veröffentlicht oder verbreitet allerdings ein Konkurrent über einen Wettbewerber geschäftsschädigende Äußerungen, so können Ansprüche nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) auf Unterlassung, Beseitigung, Kostenerstattung, Auskunft und Schadensersatz bestehen. Maßgebliche Norm ist hier § 4 UWG, dessen Zweck es ist, Wettbewerber vor einer Beeinträchtigung ihrer geschäftlichen Interessen zu schützen und einen unverfälschten Wettbewerb zu ermöglichen.

So handelt nach § 4 Nr. 1 UWG unlauter, wer die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Wettbewerbers herabsetzt oder verunglimpft. Erfasst hiervon sind vor allem Fälle der Schmähekritik und herabsetzender Tatsachenbehauptungen.

Gemäß § 4 Nr. 2 UWG handelt unlauter, wer über die Waren, Dienstleistungen oder das Unternehmen eines Wettbewerbers oder über den Unternehmer oder ein Mitglied der Unternehmensleitung Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Unternehmers zu schädigen, sofern die Tatsachen nicht erweislich wahr sind; handelt es sich um vertrauliche Mitteilungen und hat der Mitteilende oder der Empfänger der Mitteilung an ihr ein berechtigtes Interesse, so ist die Handlung nur dann unlauter, wenn die Tatsachen der Wahrheit zuwider behauptet oder verbreitet wurden. Damit schützt die Vorschrift Wettbewerber vor unwahren geschäftsschädigenden Tatsachenbehauptungen, auch bekannt als »Anschwärzung«. Handelt es sich jedoch um Werturteile, das heißt Meinungsäußerungen, fallen diese unter die Nr. 1 der Norm.

Der hier an die Äußerungen anzulegende Maßstab ist aufgrund der kommerziellen Gemengelage wesentlich strenger als im klassischen Äußerungsrecht, wo »lediglich« die Meinungsfreiheit auf das Persönlichkeitsrecht prallt und eben nicht der Absatz von Waren im Vordergrund steht. Im Wettbewerb muss ein Unternehmen ganz genau prüfen, ob und wie es sich in der werblichen Ansprache an den Kunden in Beziehung zu einem Wettbewerber setzt.

3. Beratung in der Kommunikation mit der Presse (Verdachtsberichterstattung)

Aufgrund ihres hohen Verbreitungsgrades und einer über die Jahre berechtigter Weise gewachsenen Glaubwürdigkeit haben negative Presseberichte eine hohe praktische Relevanz und erfordern eine vertiefte Auseinandersetzung mit den sich gegenüberstehenden betroffenen Grundrechten. Für die Presse kann die Befriedigung eines öffentlichen Informationsinteresse einen legitimen und abzuwägenden Veröffentlichungszweck darstellen.

Aber nicht alles, was die Öffentlichkeit interessieren könnte, muss von dem Betroffenen auch hingenommen werden. Insbesondere wenn es um vermeintliche Verfehlungen geht, bei denen die Tatsachen vielleicht noch nicht abschließend feststehen, und es eben nur einen Verdacht gibt, ist die Presse im Rahmen der sog. **#Verdachtsberichterstattung** privilegiert, weil sie unter bestimmten Voraussetzungen berichten darf, ohne dass der erhobene Verdacht bewiesen sein muss. Die Verdachtsberichterstattung greift dabei nicht nur bei Vorgängen strafrechtlicher Natur, etwa in Form eines angestrebten Ermittlungsverfahrens, sondern auch außerhalb eines strafrechtlichen Ermittlungsverfahrens, etwa bei rein moralisch oder gesellschaftlich als kritikwürdig angesehenen Vorgängen unterhalb einer Strafbarkeitsschwelle. Aufgrund der damit jedoch zwangsläufig einhergehenden Gefahr einer Vorverurteilung hat die Presse hierbei bestimmte Grundsätze einzuhalten.

- die betroffene Person muss vor der Berichterstattung angehört werden und mit den konkreten Verdachtsmomenten konfrontiert werden;
- es muss deutlich gemacht werden, dass es sich um einen Verdacht handelt. Die Berichterstattung muss ausgewogen und auch entlastende Angaben enthalten sofern vorhanden;
- es bedarf eines Mindestmaßes an Beweistatsachen;
- insgesamt muss es sich um einen Vorgang von gravierendem Gewicht handeln.

Schlussendlich gilt die Maxime: Je schwerer der Verdacht, desto höher die Sorgfalt.

4. Unternehmens- und Produktbewertungen überprüfen und bei Bedarf korrigieren (Google, Amazon, Jameda und Co.)

Das Unternehmenspersönlichkeitsrecht bzw. das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb kann insbesondere auch durch negative Bewertungen und Rezensionen im Internet, zum Beispiel auf Bewertungsportalen wie z.B. Yelp, Kununu, HRS oder Holidaycheck, auf Verkaufsplattformen wie Amazon oder eBay sowie durch Google Rezensionen beeinträchtigt werden.

Hier tritt neben die bereits bekannten Protagonisten, also denjenigen, über den etwas geäußert wird, hier eine Bewertung, und denjenigen, der diese Bewertung vorgenommen hat, ein zunächst neutraler Dritter, nämlich die Plattform, auf der alles stattfindet.

Dies Plattform trifft in diesem Verhältnis in der Regel zunächst keine Prüf- oder Handlungspflichten. Erst ab Kenntniserlangung einer Rechtsverletzung kann die Plattform als Störer bestimmte Prüf- und Handlungspflichten treffen.

Auch hier stellt sich sodann die Frage, ob es sich bei der Bewertung um eine Meinungsäußerung oder um eine unwahre Tatsachenbehauptung handelt. Nur im Fall einer unwahren Tatsachenbehauptung besteht ein klar durchsetzbarer Anspruch auf Löschung der Bewertung in dem Umfang, wie sie unwahre Tatsachen enthält. Handelt es sich um eine Meinungsäußerung, so besteht, außerhalb von Schmähkritik und Beleidigungen, in der Regel kein Anspruch auf Löschung der Bewertung. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Bewertung sich allein in der Abgabe einer negativen Benotung erschöpft, also z.B. in Form von Sternen oder Schulnoten.

Anders ist dies nur, wenn überhaupt keine tatsächliche Bewertungsgrundlage für die Benotung existiert, also der Kunde nie bei dem bewerteten Unternehmen etwas gekauft hat, oder der Arbeitnehmer nie bei dem bewerteten Unternehmen gearbeitet hat, beides aber benotet. In diesem Fall trifft sodann auch die Plattform die Pflicht, diesen Sachverhalt nach entsprechender Meldung zu erforschen, und dem Bewerteten die Möglichkeit zu geben, dies anhand aussagekräftiger Belege zu überprüfen.

Die gleichen Grundsätze gelten auch für Bewertungen oder Kommentare auf Social Media Plattformen wie LinkedIn, Facebook und X.

5. Krisenkommunikation nach Cyberattacken und einem Data-Breach

Ist ein Unternehmen von Cyberattacken oder Data Breaches betroffen, gilt es neben den technischen Gegenmaßnahmen und datenschutzrechtlichen Meldepflichten der Krisenkommunikation besondere Beachtung zu schenken:

→ Wie kommuniziert man einen Angriff an Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten?

Wichtig ist vor allem der einheitliche Auftritt des Unternehmens sowohl nach außen als auch nach innen. Stichwort an dieser Stelle ist die sogenannte »One-Voice-Communication«. Das bedeutet, dass die Kommunikation gegenüber allen Beteiligten wie beispielsweise Beschäftigten, Kunden und Datenschutzbehörden abgestimmt werden muss und dabei möglichst einheitlich, jedenfalls aber konsistent und nicht widersprüchlich erfolgt. Der Schwerpunkt der Krisenkommunikation sollte auf den ergriffenen Maßnahmen und der Wiederherstellung der Handlungsfähigkeit liegen. Sehr empfehlenswert ist es, dafür, neben einer rechtlichen Begleitung durch Experten, spezialisierte PR-Dienstleister hinzuzuziehen.

Weitergehende Fragestellungen rund um das Thema Cyber Incidence Response an der Schnittstelle zum Datenschutz und zur IT finden Sie [hier](#).

6. Gerichtliche Maßnahmen zur Durchsetzung der vorstehenden Ansprüche, insbesondere im einstweiligen Rechtsschutz

In den vorstehend dargestellten Fällen können dem Betroffenen je nach Art und Schwere der Rechtsverletzung verschiedene gerichtlich unterschiedlich durchzusetzende Ansprüche zustehen.

In Frage kommen vor allem:

- Unterlassung
- Gegendarstellung
- Widerruf, Richtigstellung, Ergänzung, Urteilsveröffentlichung
- Geldentschädigung bei schwerwiegenden Persönlichkeitsrechtsverletzungen (Ersatz immaterieller Schäden, »Schmerzensgeld«)
- Auskunft und Schadensersatz (Ersatz materieller Schäden – Lizenzansprüche)
- Erstattung von Rechtsanwaltskosten

a) Unterlassungsanspruch

Der Unterlassungsanspruch ist das bevorzugte rechtliche Mittel, um gegen eine rechtswidrige Äußerung vorzugehen.

Der Anspruch kann in allen vorstehenden Fällen geltend gemacht werden, und untersagt dem sich Äußernden oder der Plattform, auf der die Äußerung erfolgte, nicht nur die Äußerung zukünftig zu wiederholen, sondern auch die bestehende Rechtsverletzung zu beenden, also die Äußerung in dem Umfang zu löschen, wie sie in die Rechte des Betroffenen eingreift.

Vor einer gerichtlichen Auseinandersetzung kann die durch die Erstveröffentlichung bereits eingetretene sog. Wiederholungsgefahr in der Regel nur durch die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausgeräumt werden.

Nach der Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung oder einem gerichtlichen Untersagungsverbot können den Schuldner auch recht weitreichende Pflichten zur Einwirkung auf Dritte zur Beseitigung der zu unterlassenden Äußerung treffen.

b) Gegendarstellung

Veröffentlicht ein Medienunternehmen oder auch z.B. ein Blog mit redaktionell gestalteten Inhalten einen Beitrag, der (unwahre) Tatsachen enthält, kann die unmittelbar betroffene Person unter bestimmten Voraussetzungen den Abdruck bzw. die Veröffentlichung einer Gegendarstellung verlangen.

Ein Anspruch auf Gegendarstellung kommt grundsätzlich nur dann in Frage, wenn die Erstmitteilung Tatsachenbehauptungen enthält. Bei Meinungsäußerungen kann keine Gegendarstellung gefordert werden. Es gilt das Prinzip Tatsache gegen Tatsache, das heißt die Entgegnung, welche selbst nur aus Tatsachenbehauptungen besteht, darf sich ausschließlich auf die in der Erstmitteilung genannten Tatsachenbehauptungen beziehen. Auch darf die Gegendarstellung den Umfang der Erstveröffentlichung nicht überschreiten und keinen strafbaren Inhalt aufweisen.

Darüber hinaus muss die Gegendarstellung den Vorgaben des Presserechts genügen. Dieser Punkt ist in der Praxis sehr fehleranfällig, was dazu führt, dass zahlreiche Gegendarstellungen nicht abgedruckt werden müssen (Bsp: fehlende Unterschrift des Betroffenen). Das Recht auf Gegendarstellung ist in den Pressegesetzen der Länder geregelt, bei Online-Sachverhalten folgt der Anspruch aus § 20 MStV.

c) Widerruf

Durch den Widerruf einer Veröffentlichung erkennen Presse und Medien die Unrichtigkeit der Berichterstattung an.

Anders als die Gegendarstellung besteht der Anspruch auf Widerruf nur, wenn die betreffende Tatsachenbehauptung nachweislich unwahr ist und fortdauernd eine erhebliche Rufschädigung verursacht.

Die Beweislast für die Einordnung der Äußerung als unwahre Behauptung trägt diejenige Person, die den Anspruch auf Widerruf geltend macht. Dabei muss die betroffene Person gerade durch die Unwahrheit der Berichterstattung in ihren Rechten verletzt worden sein.

Auch das Timing ist von Bedeutung, denn die Tatsache muss bereits zum Zeitpunkt der Äußerung als unwahr erwiesen sein. Dieses Kriterium führt häufig zu Beweisbarkeitsproblemen. Zudem darf die Berichterstattung nicht durch ein berechtigtes Interesse des Verletzers gerechtfertigt sein. Ein solches kann beispielsweise vorliegen, wenn die veröffentlichten Informationen zu einem gesellschaftlichen Diskurs beitragen und daher ein besonderes öffentliches Interesse an der Berichterstattung besteht. In allen Bereichen des Presserechts spielt außerdem die Verhältnismäßigkeit eine entscheidende Rolle, so auch hier. Der Widerruf muss verhältnismäßig sein, das heißt es darf kein milderer gleich effektives Mittel zu Verfügung stehen, um den Verstoß zu beseitigen. Als mildere Mittel kommen in Frage: eine ergänzende Berichterstattung oder eine Richtigstellung oder Klarstellung.

Sowohl die Person, die die unwahre Tatsache aufgestellt hat, als auch die, die sie weiterverbreitet hat werden durch den Anspruch verpflichtet. Die Korrektur, also der objektive Sachverhalt muss im Zuge des Widerrufs im dem gleichen Medium veröffentlicht werden wie die unwahre Tatsachenbehauptung.

c) Richtigstellung

Die Richtigstellung ist in der Praxis von großer Bedeutung und kommt insbesondere dann zum Tragen, wenn eine Veröffentlichung teilweise falsch ist oder einen irreführenden Eindruck vermittelt. Oftmals wird die Tatsache erst im Nachhinein als unwahr nachgewiesen, so dass kein Widerruf mehr verlangt werden kann. Was bleibt ist die Möglichkeit der Richtigstellung.

Aus den journalistischen Sorgfaltspflichten lässt sich sogar eine Pflicht zur Korrektur der Berichterstattung seitens der Presse und Journalisten ableiten, das sogar unabhängig von einer Geltendmachung des Anspruchs durch die betroffene Person. Einzige Voraussetzung ist die Feststellung eines Fehlers nach der Veröffentlichung.

Die Pflicht zur Richtigstellung umfasst nicht nur die korrigierte Wiedergabe des Berichtes, sondern darüber hinaus auch eine Hinweispflicht, der nur nachgekommen werden kann, wenn das verletzte Medium darauf aufmerksam macht, dass die Meldung teilweise bzw. vollständig falsch war.

Robert Golz, LL.M.

Fachanwalt für Medien- und Urheberrecht

☎ +49 30 2830 57 454

✉ golz@haerting.de

🌐 [robert-golz](#)

HÄRTING Rechtsanwälte PartGmbB

Sitz Berlin, Amtsgericht Charlottenburg PR 965 B

Chausseestraße 13 | 10115 Berlin

www.haerting.de

