

Fehlt es der Presseratspraxis an klaren Grenzen?

Peter Studer

Dr. iur., Präsident des Schweizer Presserats, Rüschtikon

Rechtsanwalt Dr. Matthias Schwaibold erarbeitet jeweils die Beschwerdeantworten der Ringier AG, des grössten Schweizer Medienhauses, in Verfahren vor dem Schweizer Presserat. In Medialex 4/06 hat er eine fundamental kritische Ansicht zu Wesen und Praxis der Presserats in einer Analyse der persönlichkeitsrechtlichen Stellungnahmen publiziert.

Der Interpretationsspielraum der medienethischen Praxis ist breit, kreative Kritik willkommen – besonders wenn sie mit akribisch aufgearbeitetem Zahlenmaterial aufwartet wie der Text von Matthias Schwaibold. In den Jahren seit 1995 ist die Fallzahl wie auch die Zahl der publizierten Stellungnahmen (www.presserat.ch) recht eigentlich explodiert: 1995 fünf Stellungnahmen; 2004 rund 100 Fälle und 67 Stellungnahmen; 2006 rund 80 Beschwerden und 66 Stellungnahmen.

Warum Presseräte?

Was erklärt diese Hochkonjunktur? Im selben Mass, wie die Verbindlichkeit der traditionellen Wertagenturen – etwa der Kirchen, Schulen und Eliten – abgenommen hat, steigt der Bedarf an ausformulierten ethischen Masstäben. In der Schweiz gibt es inzwischen über 100 Ethikräte in heiklen Bereichen wie Genetik, Sterbehilfe oder Sport. Die Wirtschaft hat Soft Law und Compliance-Regeln entdeckt. Zwingendes Recht regelt nur ethische Minima (Georg Jellinek; Manfred Rehbinder). Medienschafter und Medienhäuser wollen – defensiv – sich selber regulieren: So hoffen sie, staatlich-juristischer Fremdregulierung elastisch und fachgerecht zuvorzukommen. Qualitätsmedien werden der Invasion der Gratiszeitungen und Abnudelsender nur widerstehen, wenn sie – proaktiv – darüber hinaus informativen Mehrwert schaffen. Dazu gehören die ihm zugrunde liegenden ethischen Grundlagen. So hat sich in ganz Europa (ausser in Frankreich) ein Netzwerk von nationalen Presseräten herausgebildet. Sie beurteilen Beschwerden gegen Verletzungen eines ethisch-freiwilligen Journalistenkodex – übrigens mit ähnlichen Resultaten.

Schwaibold untersuchte aufwändig die Statistiken des Schweizer Presserats und bewertete die Suchmaschine der Presserats-Website kritisch. Das wird die Zuständigen dieser mit wenig Mitteln operierenden Milizinstitution (Jahresbudget rund CHF 180 000.-) zweifellos noch beschäftigen. Ob der Presserat einem «übertriebenen Persönlichkeitschutz» verfallen ist, ergibt sich nicht zwingend aus Schwaibolds Zahlenargumentation. Diese zeigt die eine Seite der Münze, nämlich die Zahl der Stellungnahmen zum Privatsphärenschutz; die andere Münzseite, nämlich die Anzahl

rücksichtslos detaillierter Personalisierungen und Skandalisierungen, bleibt zunächst weg.

Medienrecht, Medienethik

Wie deutlich ist die Trennlinie zwischen den beiden Normkomplexen? Persönlichkeitsrecht ist entgegen Schwaibolds Behauptung nicht die Materie des Presserats, selbst wenn die Argumentationstechnik der Gerichte und des Presserats gewisse Ähnlichkeiten aufweist. Denn beide Institutionen, die staatliche und die freiwillig-nichtstaatliche, subsumieren Sachverhalte unter einschlägige Normen. Art. 28 ZGB nennt eine Persönlichkeitsverletzung widerrechtlich, wenn sie nicht durch Einwilligung des Verletzten, durch überwiegende Interessen oder durch Gesetz gerechtfertigt ist. Pflicht Nr. 7 des Journalistenkodex hält Medienschafter dazu an, «die Privatsphäre» zu respektieren, sofern das «öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt». Also Güterabwägung und Generalklauseln hüben und drüben? Die eigentlichen Unterschiede zwischen Medienrecht und Medienethik liegen anderswo.

Schwaibold weist darauf hin, dass Ethik gemäss der Begriffsprägung durch Immanuel Kant eine «Reflexionstheorie der Moral» sei. Medienethik könne nur als «Nachdenken über Moral» gelten, falle nicht mit dieser zusammen. Sein Hauptvorwurf: Der Presserat unterscheide bloss «rein deklaratorisch» zwischen Recht und Moral. Er macht diesen happigen Vorwurf zunächst an zufälligen Äusserlichkeiten der Wortwahl fest. Wer sich an den Presserat wende, erhebe «Beschwerde»; der Presserat funktioniere in «Kammern»; die Stellungnahmen gliederten sich – wie Bundesgerichtsurteile – in «Sachverhalt» und «Erwägungen». Was soll das? Wäre Schwaibold denn beruhigt, wenn die medienethischen Stellungnahmen des Presserats Eingaben statt «Beschwerden» verwenden würden? Es gibt nun einmal gewisse Gliederungs- und Vorgehensmuster bei der schlüssigen Auslegung von Normen, ob diese rechtlicher oder ethischer Natur sind. Ohne solche Muster, die Kontinuität und Nachprüfbarkeit gewährleisten, resultiert unverbindliches moralisierendes Geschwätz. Die Wahl der Ausdrücke ist nebensächlich.

Mit Vorteil hätte Schwaibold seine Kant'sche Analyse in das 20. Jahrhundert verlängert. Die heutigen Ethikräte basieren längst

Le dernier mot Das letzte Wort

.....

auf andern Begrifflichkeiten. Seit dem 2. Weltkrieg hat sich die Ethik von der Theorie weg und auf praktische Fragestellungen zubewegt. Die «angewandte» Ethik ist aufgekommen (Annamarie Pieper/ Urs Thurnherr, *Angewandte Ethik* 1998). Neben die klassische individuelle Ethik von ehemals ist die Berufsethik getreten, die im Sinne der Selbstregulierung Regeln «guter Berufsausübung» formuliert und deren Einhaltung bewertet.

Letztlich entscheidend ist der Unterschied der Konsequenzen. Rechtskräftige Gerichtsurteile zum Schutz der Persönlichkeit enden mit einer Duldungs- oder Leistungspflicht des Verletzers (Hinnahme von Feststellung oder Urteils publikation, Schadenersatz, Genugtuung), gar mit einer Strafe (Gefängnis oder Busse im strafrechtlichen Ehrenschutz). Sie sind zwingend und mit Staatshilfe durchsetzbar. «Stellungnahmen» – eben nicht Urteile – des Presserats gipfeln ausschliesslich in der «Feststellung», der Journalistenkodex sei «verletzt» oder «nicht verletzt». Die Stellungnahmen werden mit Nennung des Medienhauses sogleich ins Netz gestellt; der Presserat erwartet den freiwilligen Abdruck mindestens einer meist mitgelieferten Kurzfassung in der «gerügten» Publikation (Abdruck ist mit wenigen unrühmlichen Ausnahmen üblich). Bemerkenswert das Fazit eines Medienanwalts: «Der häufiger angerufene Presserat ist ein valables Instrument der Konfliktbewältigung geworden, was er früher nicht war ...».

Wie einige Verlagshäuser stösst sich auch Schwaibold daran, dass der Presserat Beschwerden wegen verletzter Privatsphäre oder Fairness behandelt, selbst wenn schon eine Gerichtsklage wegen Persönlichkeits- oder Ehrverletzung hängig ist. Der Presserat tut es laut seinem Geschäftsreglement dann, wenn die Beschwerde eine «grundlegende berufsethische Frage» aufwirft und nicht offensichtlich bloss «fishing for (court) evidence» betreibt (Stellungnahme 56/2006). Es wäre medienethisch zielwidrig, mehrere Jahre auf ein mögliches Bundesgerichtsurteil zu warten, bevor etwa die dringende und isolierte ethische Frage fairer Anhörung im prominenten Einzelfall beantwortet werden kann (Stellungnahme 44/2006, «Turina»). Schliesslich ist die aktuelle medienethische Diskussion unter Medienschaffenden ein Hauptmotor der Presseratsarbeit. Abgesehen davon wird der Richter eine «Rüge» des Presserats in freier Beweiswürdigung beachten oder auch nicht; direkte Verweise in Gerichtsurteilen sind selten.

Journalistenkodex, Richtlinien, Fälle

In den Grundzügen hat sich der «starre» Journalistenkodex seit den 70er Jahren wenig verändert; Änderungen bedürfen nämlich einer Zweidrittelmehrheit des Stiftungsrats. Zur Veranschaulichung der oft notgedrungen abstrakten Kodexformeln gibt der Schweizer Presserat nach bundesdeutschem Vorbild seit 2000 den Journalistenpflichten «Richtlinien» bei, die wichtige Falllösungen in wenigen Sätzen verdichten,

aber rein kommentierende, nicht normative Bedeutung haben – etwa ähnlich wie beim Bundesgericht, das jeweils auf die eigenen Präjudizien verweist. Der operative Presserat selber formuliert Richtlinien mit einfacher Mehrheit. Schwaibold stellt sie völlig zu Unrecht auf die «gleiche Stufe» wie die «Grundnormen», was tatsächlich inflatorisch wäre.

Die «Legitimität» des Presserats zweifelt Schwaibold auch deshalb an, weil laut der Stichprobe in einer Fach-Seminararbeit 44 % der Journalisten «die Arbeit des Presserats nur ausnahmsweise zur Kenntnis nehmen». Dieselbe Probe bestätigt aber, dass die Journalisten das Wirken des Presserats begrüssen und für notwendig halten. Es gibt auch eine Zeitachse: Fast alle Journalisten-Curricula haben in den letzten fünf Jahren Lektionen über Medienethik und Presserat eingeführt. Die Beachtung wächst.

Schwaibold nimmt sich – teils polemisch – auch einzelne Stellungnahmen des Presserats vor. Hier macht er sein Unbehagen über den angeblichen Rigorismus des Privatsphärenschutzes fest. Aus Platzgründen nur ein Beispiel: Er hält sich darüber auf, dass der Presserat die Gerichtsberichterstattung einer Lokalzeitung «rügte», obwohl diese den Namen des geistig behinderten Täters gar nicht genannt hatte (45/2001). Es graust ihm vor solch «aseptischer» Forderung nach «schonender» Wiedergabe einer öffentlichen Gerichtsverhandlung! Nur: Es ging nicht einfach um die verpönte Namensnennung, sondern um die «Identifizierung» des Täters für die Leserschaft in seinem ländlich-engräumigen Umfeld. Namensnennung ist nur die geläufigste Art der Identifizierung. Die Zeitung hatte unter anderem erwähnt, dass der Täter im Dorf W. bei seiner Mutter wohne und seit 22 Jahren in einer Fabrik des Weilers H. arbeite (wo es nur eine Fabrik gibt, deren Chef dann die Beschwerde eingereicht hatte). Alle Angaben waren detailliert und insgesamt klar identifizierend. Sie liessen eine «Stigmatisierung» des nur mild bestrafte Täters befürchten. Der Presserat beanstandete auch die krasse Herabwürdigung der Opfer. Er formulierte die Stellungnahme völlig im Einklang mit seiner Praxis, wie sie die Richtlinie 7.6. (Namensnennung) rekapituliert. Wie viel Unheil wächst aus dem Benennungsfimmel gedankenloser Journalisten gerade gegenüber «kleinen Leuten». Verdient hier nicht Verantwortungsethik den Vorrang vor einer Gesinnungsethik, der oft gar kein Mehrwert an Information entspricht (Max Weber)?

Zugegeben sei allerdings, dass der Miliz-Presserat mit seinen 21 Mitgliedern – davon sechs Publikumsvertreter – mehr oder gelegentlich auch weniger überzeugende «Stellungnahmen» publiziert. Medienethik ist keine exakte Wissenschaft, sondern eine Suche nach ausserrechtlichen Falllösungen, die sich als ethische Beiträge zur Selbstregulierung des Medienschaffens eignen. Für die Weiterentwicklung ist jede, selbst überrissene, Kritik willkommen. ■