

§ 55. Elektronische Presse

Übersicht

	Rdnr.
A. Entwicklung der elektronischen Presse	1
B. Redaktionelle und anbieterspezifische Fragestellungen	5
I. Rechte	6
1. Auskunftsanspruch	6
a) Anspruchsberechtigte	7
b) Anspruchsverpflichtete	9
c) Ausnahmetatbestände	10
2. Öffentlich-rechtliche Teilhaberechte	11
3. Zeugnisverweigerungsrecht	13
a) Strafprozessual	14
b) Zivilprozessual	20
II. Pflichten	22
1. Publizistische Mindeststandards	22
a) Allgemeine Grundsätze	22
b) Journalistische Grundsätze	23
aa) Kommentare	24
bb) Meinungsumfragen	25
cc) Pressemäßige Sorgfalt	26
2. Pflichtangaben	31
a) Allgemeine Informationen	31
b) Impressum	32
c) Platzierung	33
d) Durchsetzung	34
3. Gegendarstellung	35
a) Presseübliche Voraussetzungen	37
b) Online-spezifische Voraussetzungen	39
aa) Passivlegitimierte	40
bb) Aufmachung, Platzierung und Gegendarstellungsdauer	43
cc) Glossierung	46
dd) Zuleitungsfrist	47
C. Wettbewerbsrechtliche Fragestellungen	48
I. Trennungsgebot	48
II. Bewerbung von Online-Angeboten als „Zeitungen“	52
III. Leistungsübernahme aus Printprodukten	55

Literatur: Barton, Der Gegendarstellungsanspruch nach § 10 MDStV, MMR 1998, 294; Branahl, Medienrecht, 3. Aufl., Wiesbaden 2000; Damm/Rehbock, Widerruf, Unterlassung und Schadensersatz in Presse und Rundfunk, 2. Aufl., München 2001; Gounalakis, Der Mediendienste-Staatsvertrag der Länder, NJW 1997, 2993; ders./Rhode, Elektronische Kommunikationsangebote zwischen Telediensten, Mediendiensten und Rundfunk, CR 1998, 487; dies., Persönlichkeitsschutz im Internet, München 2002; Gounalakis/Vollmann, Der presserechtliche Gegendarstellungsanspruch, ZAP 1992 (Fach 2), 103; Groß, Presserecht, 3. Aufl., Heidelberg 1999; Helle, Begrenzung der Gegendarstellung im MDStV, CR 1998, 672; Lerch, Der Gegendarstellungsanspruch im Internet, CR 1997, 261; Löffler, Presserecht: Kommentar zu den Landespressegesetzen der Bundesrepublik Deutschland, 4. Aufl., München 1997; ders./Ricker, Handbuch des Presserechts, 4. Aufl., München 2000; Müntinga, Die journalistischen Wahrheits- und Sorgfaltspflichten und die Möglichkeiten ihrer Durchsetzung, Baden-Baden 1999; Ory,

<http://www.medienpolizei.de?>, AfP 1996, 105; ders., Impressum und Gegendarstellung bei Mediendiensten, AfP 1998, 465; Pankoke, Von der Presse- zur Providerhaftung, München 2000; Paschke, Medienrecht, 2. Aufl., Berlin u. a. 2001; Peters, Die publizistische Sorgfalt, NJW 1997, 1334; Podehl, Internetportale mit journalistisch-redaktionellen Inhalten: Anbieterpflichten und Haftungsrisiken, MMR 2001, 17; Prinz/Peters, Medienrecht, München 1999; Rauschhofer, Mediendienst im World Wide Web: Elektronische Publikationen im Lichte des Presserechts, JurPC Web-Dok. 241/2000; Schippan, Anforderungen an die journalistische Sorgfaltspflicht, ZUM 1996, 398; Seitz/Schmidt/Schoener, Der Gegendarstellungsanspruch, 3. Aufl., München 1998; Soehring, Presserecht, 3. Aufl., Stuttgart 2000; Waldenberger/Hoß, Das Recht der „elektronischen Presse“, AfP 2000, 237; Wenzel, Das Recht der Wort- und Bildberichterstattung, 4. Aufl., Köln 1994.

A. Entwicklung der elektronischen Presse

Die elektronische Presse umfasst Webveröffentlichungen mit journalistisch-redaktionellem Inhalt. Meist handelt es sich hierbei um flankierende Angebote der **herkömmlichen Tageszeitungen** und Magazine, die besondere Nachrichtenportale unterhalten.¹ Daneben existieren einige **spezifische Netz-Zeitungen**; sie arbeiten ausschließlich auf Online-Basis, sind also nicht Ableger eines Offline-Produkts.² Im weiteren Sinne gehören zur elektronischen Presse auch die werbenden Webseiten der Zeitungsverlage, mit denen man Leser binden und neue Abonnenten gewinnen möchte. Nachdem inzwischen auch kleinere Lokalzeitungen und Branchenblätter im Netz vertreten sind, dürfte es kaum noch eine deutsche Zeitung nationaler oder regionaler Bedeutung geben, die sich einem Internetauftritt verweigert. Die Online-Präsenz der traditionellen Presse ist insoweit „flächendeckend“.

Ein Verdrängungseffekt zulasten der Printprodukte, wie er mit der wachsenden Bedeutung des Internet zunehmend befürchtet wurde, kann nicht festgestellt werden. Die elektronische Presse hat der traditionellen keine nennenswerten Marktsegmente abgerungen, sondern neue Märkte erschlossen. Erklärbar ist dies mit dem Informationsverhalten des Rezipienten. Er sieht in den Online-Diensten weniger eine vollwertige Substitution als vielmehr eine **Ergänzung des herkömmlichen Presseangebots**. Darin bewahrheitet sich die Erkenntnis aus der Kommunikationswissenschaft, wonach die Einführung eines neuen Mediums die etablierten Medien nicht verdrängt.³ Die meisten Online-Angebote haben sich redaktionell auf diesen Befund eingestellt und nutzen die Informationslücke zwischen der hintergründigen, aber schwerfälligen Tageszeitung sowie dem flüchtigen Rundfunk.

In dieser Gemengelage zwischen traditionellen und neuen Medien verschmelzen auch die Problemfelder des klassischen Presserechts mit denen des „Cyberlaw“. Das Recht der elektronischen Presse verweist auf bekannte Institute, wie etwa die Gegen-

¹ Beispielsweise die *Abendzeitung*: <http://www.abendzeitung.de>; *Berliner Zeitung*: <http://www.berlinonline.de>; *Bildzeitung*: <http://www.bild.de>; *Focus*: <http://www.focus.de>; *Frankfurter Allgemeine Zeitung*: <http://www.faz.de>; *Hamburger Morgenpost*: <http://www.mopo.de>; *Handelsblatt*: <http://www.handelsblatt.com>; *Der Spiegel*: <http://www.spiegel.de>; *Süddeutsche Zeitung*: <http://www.sueddeutsche.de>; *die tageszeitung*: <http://www.taz.de>; *Die Welt* und *Welt am Sonntag*: <http://www.welt.de> oder <http://www.weltonline.de>; *Die Zeit*: <http://www.zeit.de> (alle abgerufen 12. 8. 2002).

² S. etwa die *Netzeitung*: <http://www.netzeitung.de> (abgerufen 12. 8. 2002); vgl. zu deren wirtschaftlicher Entwicklung SZ Nr. 116 v. 21. 5. 2001, S. 22; SZ Nr. 256 v. 7. 11. 2001, S. 23.

³ Vgl. Pfeifer, Die Zukunft der Medien – Medien der Zukunft, Frankfurt a. M., 1997, S. 27. Dies zeigt schon ein retrospektiver Blick auf die Einführung folgender, prinzipiell substituierfähiger Medien, die sich nicht verdrängt haben: Brief – Telefon – E-Mail oder Zeitung – Hörfunk – Fernsehen.

darstellungs- oder Impressumspflicht. Zum Tragen kommen insoweit aber *nicht* die Regelungen der *Landespressegesetze*,⁴ die in entscheidenden Punkten weiterhin an den Begriff des „Druckwerkes“ anknüpfen.⁵ Vielmehr stellt der *Mediendienste-Staatsvertrag* das zentrale Normwerk dar, mit dem die wichtigsten presserechtlichen Grundsätze in das Online- und Multimediarecht überführt wurden.⁶ Der MDStV wurde durch den 6. RÄndStV umfassend novelliert und trat in neuer Fassung zum 1. 7. 2002 in Kraft.⁷

- 4 Parallel zu den staatsvertraglichen Regelungen gilt es, delikts- und lauterkeitsrechtliche Vorgaben zu beachten. Sie leiten sich im Wesentlichen aus den allgemeinen Gesetzen ab. Soweit Sachverhalte mit **persönlichkeitsrechtlichen Implikationen** (insbesondere die Haftung für Werbeanzeigen) in Rede stehen, wird auf ein gesondertes Kapitel in diesem Buch hingewiesen.⁸

B. Redaktionelle und anbieterspezifische Fragestellungen

- 5 Die elektronische Presse arbeitet – gleichsam als *newsbroker* – mit der Ware „Information“. Redaktionell gestaltete Online-Angebote sind also privatwirtschaftlich organisierte Dienstleister und zugleich ein für die Demokratie wesensnotwendiger Faktor **öffentlicher Meinungsbildung**. Aus dieser Ambivalenz resultieren sowohl Fragen des Wettbewerbsrechts (dazu unten Rdnr. 48 ff.) als auch medientypische Rechte und Pflichten, die für den Online-Bereich besonderen Regelungen unterworfen sind.

I. Rechte

1. Auskunftsanspruch

- 6 Zum praktisch wichtigen Sonderrecht der elektronischen Presse zählt der Auskunftsanspruch gem. § 15 MDStV (§ 11 MDStV alt). Um eine **demokratische Kontrolle** der Staatsgewalten zu gewährleisten,⁹ gibt diese Norm den Anbietern journalistisch-redaktioneller Mediendienste gegenüber Behörden das Recht, konkrete Mitteilungen über Verfahren, Planungen, Maßnahmen oder Ermittlungen zu verlangen. Auskunftsgegenstand können allerdings nur Tatsachen sein.¹⁰ Im Übrigen handelt es sich bei § 15

⁴ Gegen eine Anwendung der LPGe auf Online-Gegendarstellungen schon Ory, AfP 1996, 105 (109 f.). Für eine Lückenschließung anhand der LPGe bei der Verjährung von Presseinhaltsdelikten jedoch Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (247 f.).

⁵ Allein auf Druckwerke beziehen sich die landespresserechtlichen Bestimmungen zur Impressumspflicht und Gegendarstellungspflicht, s. nur §§ 8 Abs. 1, 11 Abs. 1 LPGe BW. Gem. § 7 Abs. 1 LPGe BW sind Druckwerke „alle mittels der Buchdruckerpresse oder eines sonstigen zur Massenherstellung geeigneten Vervielfältigungsverfahrens hergestellten und zur Verbreitung bestimmten Schriften, besprochenen Tonträger, bildlichen Darstellungen mit und ohne Schrift, Bildträger und Musikalien mit Text oder Erläuterungen“.

⁶ Für einen Überblick Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2995 ff.).

⁷ Art. 3 des Sechsten Staatsvertrages zur Änderung des Rundfunkstaatsvertrages, des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages und des Mediendienste-Staatsvertrages (Sechster Rundfunkänderungsstaatsvertrag).

⁸ S. o. Gounalakis/Rhode, § 22; eingehend dies., Persönlichkeitsschutz im Internet, München 2002.

⁹ Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 15; Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2997).

¹⁰ Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 11 MDStV, Rdnr. 8; Löffler/Wenzel, § 4 LPGe, Rdnr. 78.

MDStV um einen spezifisch medienrechtlichen Anspruch, der über etwaige Auskunftsrechte des einzelnen Bürgers nach den Informationsfreiheitsgesetzen der Länder¹¹ hinausgeht.

a) Anspruchsberechtigte

Anspruchsberechtigt nach § 15 MDStV sind allein Diensteanbieter i.S.d. § 10 Abs. 3 MDStV (§ 6 Abs. 2 MDStV alt) bzw. deren redaktionelle Mitarbeiter.¹² Damit muss das Angebot zunächst als **Mediendienst** gem. § 2 Abs. 1 Satz 1 MDStV zu qualifizieren sein.¹³ Teledienste scheiden aus dem Kreis der Anspruchsberechtigten von vornherein aus; eine Parallelbestimmung im TDG existiert nicht. Darüber hinaus kommen nur solche Diensteanbieter in den Genuss des Auskunftsprivilegs, deren Angebote journalistisch-redaktionell gestaltet sind und die Inhalte periodischer Druckerzeugnisse wiedergeben oder in periodischer Folge Texte verbreiten.¹⁴

Wesensmerkmal der **journalistisch-redaktionellen Gestaltung** ist die planvolle, nicht notwendig gewerbsmäßige Tätigkeit, welche auf die inhaltliche, sprachliche, grafische oder akustische Bearbeitung des Materials zielt und der öffentlichen Meinungsbildung dient.¹⁵ Indes erfordert das Kriterium der **Periodizität** eine gewisse turnusmäßige Aktualisierung¹⁶ des Textangebots oder die Wiedergabe von Druckerzeugnissen, die ihrerseits turnusmäßig erscheinen. Im letztgenannten Fall braucht das Angebot selbst nicht periodisch zu sein.¹⁷ Andererseits reicht es aber auch nicht aus, wenn der Inhalt eines Periodikums nur einmalig als Zitat wiedergegeben und überhaupt nicht aktualisiert wird. So ist ein Unternehmen nicht schon deshalb Anbieter i.S.d. § 10 Abs. 3 MDStV (§ 6 Abs. 2 MDStV alt), weil es einen Zeitungsausschnitt über sein Firmenjubiläum auf der Homepage veröffentlicht.¹⁸ Demgegenüber erfüllen die Online-Angebote der renommierten Printmedien nahezu ausnahmslos die genannten Anforderungen.

b) Anspruchsverpflichtete

Als Anspruchsverpflichtete nennt § 15 Abs. 1 MDStV (§ 11 Abs. 1 MDStV alt) „Behörden“, mithin alle Stellen der **Legislative, Exekutive und Judikative** in Bund, Ländern und Gemeinden einschließlich der Anstalten¹⁹ und Körperschaften des öffent-

¹¹ Brandenburg: Akteneinsichts- und Informationszugangsgesetz des Landes Brandenburg (AIG), Brandb. GVBl. I/1998, S. 46; Berlin: Gesetz zur Förderung der Informationsfreiheit im Land Berlin (Berliner Informationsfreiheitsgesetz – IFG), Berl. GVBl. 1999, S. 561; Schleswig-Holstein: Gesetz über die Freiheit des Zugangs zu Informationen für das Land Schleswig-Holstein (Informationsfreiheitsgesetz für das Land Schleswig-Holstein – IFG-SH), Schl.-H. GVOBl. 2000, S. 166 = <http://www.landesregierung-sh.de/landesrecht/2010-2.htm> (abgerufen 12. 8. 2002). Vgl. zu den Informationsfreiheitsgesetzen Partsch, AfP 2002, 198 ff.

¹² S. hinsichtlich der Mitarbeiter auch Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (247).

¹³ Ausführlich zur Abgrenzung von Medien- und Telediensten Gounalakis/Rhode, CR 1998, 487 ff.; s. auch Pankoke, Von der Presse- zur Providerhaftung, S. 25 ff.

¹⁴ § 15 Abs. 1 i. V. m. § 10 Abs. 3 Satz 1 MDStV (§ 11 Abs. 1 i. V. m. § 6 Abs. 2 Satz 1 MDStV alt).

¹⁵ Gounalakis/Rhode, CR 1998, 487 (490).

¹⁶ Die rein sporadische oder womöglich nur einmalige Aktualisierung einer Homepage genügt diesen Anforderungen nicht, LG Düsseldorf, CR 1998, 431 f. = JurPC Web-Dok. 34/1999, Abs. 1 = K&R 1998, 304 = ZUM 1998, 946 (947). Eine erhebliche, wenn auch nicht vollständige Aktualisierung muss mindestens alle *sechs Monate* erfolgen, Ory, AfP 1998, 465 (466); Rauschhofer, JurPC Web-Dok. 241/2000, Abs. 36; Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (240).

¹⁷ Helle, CR 1998, 672 (673); Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (240).

¹⁸ Abgesehen von der Periodizität bestehen schon Zweifel an der journalistisch-redaktionellen Gestaltung.

¹⁹ Ausgenommen sind öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten.

lichen Rechts.²⁰ Wegen seiner öffentlich-rechtlichen Natur ist der Anspruch vor den Verwaltungsgerichten durchzusetzen.²¹ Eine Ausnahme besteht allerdings bei Justizbehörden wegen § 23 EGGVG, der insoweit die ordentlichen Gerichte zur Entscheidung beruft.

c) Ausnahmetatbestände

- 10 Ein besonderes Publikationsinteresse setzt der Auskunftsanspruch nicht voraus. Gleichwohl ist bei rein **privaten Nachforschungen** des Diensteanbieters oder seiner Mitarbeiter das Ersuchen zurückzuweisen.²² Ferner sieht § 15 Abs. 2 MDStV (§ 11 Abs. 2 MDStV alt) zahlreiche Ausnahmegründe vor, bei deren Vorliegen die Behörde die Auskunft verweigern *kann* (Ermessensvorschrift). Maßgebliche Gesichtspunkte sind die Funktionsfähigkeit der Verwaltung sowie überwiegende Geheimhaltungs- und andere schutzwürdige Interessen.²³ Im Rahmen ihrer Ermessensausübung hat die Behörde daher sorgfältig zu prüfen, ob mit der Auskunftserteilung schwebende staatliche Verfahren beeinträchtigt oder Rechte Dritter verletzt würden. Eine besondere Relevanz kommt hier insbesondere dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht bzw. dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung zu (Art. 1, 2 GG).²⁴ Generell erscheint bei den Schrankenregelungen des Absatzes 2 jedoch eine restriktive Handhabung angezeigt.²⁵

2. Öffentlich-rechtliche Teilhaberechte

- 11 § 15 MDStV (§ 11 MDStV alt) bezieht sich allein auf das konkrete Auskunftsersuchen. Ein allgemeines Recht auf Teilhabe an staatlichen Pressekonferenzen oder auf umfassende Belieferung mit Presseinformationen gewährt diese Norm nicht.²⁶ Für derartige Begehren gegenüber der Verwaltung²⁷ muss auf den **Gleichheitssatz** nach Art. 3 Abs. 1 GG rekurriert werden.²⁸ Unterhält die Behörde etwa einen Presseverteiler, darf sie bestimmte Publikationsorgane nicht willkürlich hiervon ausschließen.²⁹ Ebenso wenig darf einem Vertreter der Online-Medien ohne einen **sachlich rechtfertigenden Grund** der Zutritt zur Pressekonferenz untersagt werden.³⁰ Sachlich rechtfertigend wirkt freilich nicht die Berufung auf „falsche“ politische Grundtendenzen des Angebo-

²⁰ Roßnagel/Vesting, § 11 MDStV, Rdnr. 10 f. Die landesgesetzlichen Auskunftsansprüche (MDStV, LPGe) verpflichten nach h.M. auch Bundesbehörden, Groß, Presserecht, Rdnr. 437; Löffler/Ricker, Handbuch des Presserechts, 19. Kap., Rdnr. 11; Soehring, Presserecht, Tz. 4.17, jew. m. w. N.; offen lassend OVG Münster, K&R 2001, 274 (275).

²¹ Löffler/Wenzel, § 4 LPG, Rdnr. 169.

²² Vgl. Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 11 MDStV, Rdnr. 7.

²³ Vgl. auch die Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 15.

²⁴ Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 11 MDStV, Rdnr. 12.

²⁵ Roßnagel/Vesting, § 11 MDStV, Rdnr. 15.

²⁶ OVG Münster, K&R 2001, 274 (275); VG Düsseldorf, AfP 1998, 543 = CR 1999, 260 (261).

²⁷ Die nachfolgenden Grundsätze gelten nicht im Verhältnis zwischen Anbietern und Privatrechts-subjekten. Gegenüber Privaten kann der Dienst allenfalls unter den Gesichtspunkten des **Kontrahierungszwanges** und der sittenwidrigen Schädigung (§ 826 BGB) Anspruch auf Zulassung zu einer Veranstaltung haben.

²⁸ Löffler/Wenzel, § 4 LPG, Rdnr. 128; BVerwGE 47, 247 (253 f.); VGH Mannheim, AfP 1989, 587 (588); OVG Münster, ZUM 1997, 219; K&R 2001, 274 (276); VG Düsseldorf, AfP 1998, 543 = CR 1999, 260 (261); VG Minden, NJW 2001, 315.

²⁹ VGH Mannheim, AfP 1989, 587 (588); OVG Münster, NWVBl. 1998, 109. Es besteht aber kein Anspruch auf eine bestimmte Belieferungsart (Brief, Fax oder E-Mail), VG Minden, NJW 2001, 315.

³⁰ So aber der Fall eines Webreporters von Spiegel Online, s. SZ Nr. 164 v. 19. 7. 2001, S. 19.

tes³¹ oder gar der pauschale Hinweis auf eine vorgeblich „schlechte inhaltliche Qualität“ von Online-Diensten.

Bei beschränkten Verwaltungsressourcen (Sachzwängen)³² stellt hingegen die **Breitenwirkung des Mediums** ein zulässiges Unterscheidungsmerkmal dar: Bleibt die Anklickrate eines lokalen Internetangebots deutlich hinter der Auflagenstärke einer ortsansässigen Zeitung zurück, kann hierin ein vernünftiger Grund für eine Ungleichbehandlung des Online-Dienstes liegen.³³ Auch darf berücksichtigt werden, ob der Anbieter das gelieferte Material tatsächlich pressemäßig auswertet³⁴ und eine umfangreiche **redaktionelle Bearbeitung** der Meldungen vornimmt oder ob er diese lediglich kompiliert und wörtlich wiedergibt.³⁵ Unstatthaft ist allerdings die Differenzierung anhand der schlichten Verbreitungsform. Deshalb dürfen elektronisch abrufbare Angebote gegenüber herkömmlichen Medien nicht prinzipiell benachteiligt werden.³⁶

3. Zeugnisverweigerungsrecht

Das Recht, Zeugnis über den Informanten und dessen Mitteilung zu verweigern, soll in erster Linie die im öffentlichen Interesse liegende Tätigkeit der meinungsbildenden Medien schützen.³⁷ Gewährleistet wird die **redaktionelle Vertraulichkeit**, ohne die ein Informant stets Aufdeckung seiner Identität fürchten müsste. Hierunter litte die Funktionsfähigkeit von Presse und Rundfunk, weil deren wesensnotwendige Informationsquellen zu versiegen drohten.³⁸ Aus diesem Grund hat der Bundesgesetzgeber mit § 53 Abs. 1 StPO und § 383 Abs. 1 Nr. 5 ZPO besondere Zeugnisverweigerungsrechte zugunsten der Medienmitarbeiter in die Prozessordnungen eingefügt. Für zahlreiche andere Verfahren gelten diese Bestimmungen entsprechend.³⁹

a) Strafprozessual

Seine Rechtsgrundlage findet das strafprozessuale Zeugnisverweigerungsrecht in § 53 Abs. 1 StPO, dessen umfassende **Novellierung** durch das Gesetz zur Änderung der Strafprozessordnung erfolgt ist.⁴⁰ Nach dem neuen § 53 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 StPO

³¹ Ähnlich Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 11 MDStV, Rdnr. 19; BVerwGE 47, 247 (254).

³² Verfügbare Mittel zur Unterhaltung des Presseverters, Anzahl der Sitz- und Stehplätze bei Pressekonferenzen usw.

³³ VG Düsseldorf, AfP 1998, 533 (544) = CR 1999, 260 (261).

³⁴ Löffler/Ricker, Handbuch des Presserechts, 21. Kap., Rdnr. 2; VGH Mannheim, AfP 1989, 587 (588); OVG Münster, ZUM 1997, 219 (220); NWVBl. 1998, 109.

³⁵ VG Düsseldorf, AfP 1998, 543 (544) = CR 1999, 260 (261).

³⁶ VG Düsseldorf, AfP 1998, 543 = CR 1999, 260 (261); ebenso Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (247).

³⁷ Kleinknecht/Meyer-Goßner, § 53 StPO, Rdnr. 26; Löwe-Rosenberg/Dahs, § 53 StPO, Rdnr. 45; BVerfGE 36, 193 (204); NJW 2001, 507; NJW 2002, 592; BGHSt 28, 240 (254).

³⁸ Löffler/Ricker, Handbuch des Presserechts, 30. Kap., Rdnr. 3; vgl. insb. BVerfGE 20, 162 (176) – Spiegel; 36, 193 (204); NJW 1984, 1101; NJW 1988, 329 (330); NJW 2001, 507.

³⁹ Verfahren vor den **Verwaltungsgerichten**: § 98 VwGO i. V. m. § 383 Abs. 1 ZPO; Verfahren vor dem BVerfG: § 28 Abs. 1 BVerfGG i. V. m. § 53 Abs. 1 StPO, § 383 Abs. 1 ZPO; Vernehmungen durch **Untersuchungsausschüsse des Bundestags**: Art. 44 Abs. 2 Satz 1 GG i. V. m. § 53 Abs. 1 StPO; Vernehmungen durch **Untersuchungsausschüsse des Hessischen Landtags**: Art. 92 Abs. 3 HV i. V. m. § 53 Abs. 1 StPO.

⁴⁰ Vom 15. 2. 2002, BGBl. I S. 682. Aus dem Gesetzgebungsverfahren: Gesetzentwurf der Bundesregierung, BT-Drs. 14/5166; angenommen vom Bundestag in seiner 183. Sitzung v. 6. 7. 2001, vgl. NJW 34/2001, S. XLV; SZ Nr. 154 v. 7./8. 7. 2001, S. 18; Anrufung des Vermittlungsausschusses durch den Bundesrat in seiner 767. Sitzung v. 27. 9. 2001, vgl. BR-Drs. 688/01 (Beschluss) = BT-Drs. 14/7015 und dazu AfP 2001, 378.

können Personen das Zeugnis verweigern, soweit sie berufsmäßig an der Vorbereitung, Herstellung oder Verbreitung von Druckerzeugnissen, Rundfunksendungen, Filmberichten oder meinungsbildenden Informations- und Kommunikationsdiensten mitwirken oder mitgewirkt haben.

- 15 Neu ist zunächst die Ausweitung des Zeugnisverweigerungsrechts auf das vom Journalisten selbst recherchierte Material (§ 53 Abs. 1 Satz 2 StPO; vgl. die Ausnahmen nach Absatz 2). Bisher unterfielen nur die von *dritter Seite* zugespielten Informationen dem § 53 Abs. 1 StPO.⁴¹ Allein in besonders gelagerten Einzelfällen ließ sich die Aufdeckung des selbst erarbeiteten Materials unter Berufung auf Art. 5 Abs. 1 GG abwehren.⁴² Bedeutsam erscheint die nunmehr vorgenommene Erweiterung vor allem für das **Beschlagnahmeverbot** nach § 97 Abs. 5 StPO, das im Wege der dynamischen Verweisung auf § 53 Abs. 1 StPO Bezug nimmt: Was der Zeugnisverweigerung unterliegt, ist grundsätzlich auch Gegenstand des Beschlagnahmeverbots.
- 16 Zudem wurde mit der Neuregelung das Zeugnisverweigerungsrecht auf Mitarbeiter der meinungsbildenden **Informations- und Kommunikationsdienste** (IuK-Dienste) erstreckt. Nach alter Fassung des § 53 Abs. 1 StPO konnte ein solches Recht allein durch extensive Auslegung begründet werden.⁴³ Indes gilt die Gleichstellung der IuK-Dienste mit Presse und Rundfunk nur insoweit, als das Angebot der „Unterrichtung oder Meinungsbildung“ dient. Angebote ohne meinungsbildende Relevanz bleiben hiervon ausgenommen (Telebanking, Online-Shopping, reine Datendienste).⁴⁴ Präzisiert wird dies durch den neuen § 53 Abs. 1 Satz 3 StPO, der eine redaktionelle Aufbereitung des IuK-Dienstes voraussetzt. Nicht ausreichend wären daher bloße Service-Leistungen wie die Speicherung von Fremdinhalten bzw. die Bereitstellung von Serverkapazitäten. Aus Sicht des Gesetzgebers fallen deshalb Host- und Access-Provider (vgl. §§ 9, 11 TDG bzw. §§ 7, 9 MDStV) regelmäßig aus dem Schutzbereich heraus.⁴⁵ Im Ergebnis dürften allein journalistisch-redaktionelle Mediendienste i. S. d. § 10 Abs. 3 MDStV bzw. § 6 Abs. 2 MDStV alt (oben Rdnr. 8) den genannten Kriterien genügen.
- 17 Fraglich ist auch, welche Online-Inhalte vom Zeugnisverweigerungsrecht umfasst sind. Wie die Altregelung geht der neue § 53 Abs. 1 Satz 3 StPO zumindest bei „klassischen“ Medien davon aus, dass es sich um Unterlagen oder Mitteilungen für den **redaktionellen Teil** handeln muss. Aus diesem Grunde erfasst das Zeugnisverweigerungsrecht nach wie vor keine Mitteilungen oder Unterlagen für Anzeigen, Inserate oder Werbespots in Presse und Rundfunk.⁴⁶
- 18 Ob dies auch für Werbebanner im Rahmen redaktioneller IuK-Dienste gilt, erscheint allerdings zweifelhaft, denn in diesem Punkt ist der Wortlaut des § 53 Abs. 1 Satz 3 StPO einigermaßen unklar. Hiernach besteht das Zeugnisverweigerungsrecht nämlich

⁴¹ BT-Drs. 14/5166, S. 6; *Branahl*, Medienrecht, S. 50; *Kleinknecht/Meyer-Göfner*, § 53 StPO, Rdnr. 38 f.; *Kunert*, MDR 1975, 885 (886 f.). Krit. dagegen *Löffler/Ricker*, Handbuch des Presserechts, 30. Kap., Rdnr. 6.

⁴² S. *Rath-Glawatz*, AfP 1983, 387 (389); *BVerfG* NJW 1984, 1101 a. E.; NJW 1988, 329 (331 a. E.); BT-Drs. 14/5166, S. 6; zivilprozessual *Zöller/Greger*, § 383 ZPO, Rdnr. 13. Gegen eine Ausweitung nach Art. 5 Abs. 1 GG *Fezer*, JZ 1983, 797 (799); *LG Frankfurt*, NJW 1996, 1008 (1009).

⁴³ Vgl. insoweit *Löwe-Rosenberg/Dahs*, § 53 StPO, Rdnr. 48 f.; *Palm/Roy*, NJW 1996, 1791 (1795); *Paschke*, Medienrecht, Rdnr. 1066.

⁴⁴ BT-Drs. 14/5166, S. 7.

⁴⁵ Man wollte Service-Provider auch weiterhin zur Auskunft über die Urheber bzw. Nutzer kinderpornografischen oder extremistischen Materials verpflichten können, BT-Drs. 14/5166, S. 8.

⁴⁶ So schon für die a. F. *Kleinknecht/Meyer-Göfner*, § 53 StPO, Rdnr. 40; *Kunert*, MDR 1975, 885 (887); *Löwe-Rosenberg/Dahs*, § 53 StPO, Rdnr. 63; *Soehring*, Presserecht, Tz. 8.22. Entsprechend für § 383 Abs. 1 Nr. 5 ZPO *Musielak/Huber*, § 383 ZPO, Rdnr. 7.

nur „für den redaktionellen Teil *oder* redaktionell aufbereitete Informations- und Kommunikationsdienste“.⁴⁷ Während bei allen sonstigen Medien wie Druckwerken und Rundfunk an den redaktionellen Charakter des konkreten Inhaltes angeknüpft wird, stellt das Gesetz bei IuK-Diensten auf den Gesamtcharakter des Angebots ab. An diesem redaktionellen Gepräge ändern Werbeeinblendungen nichts. Da nun bei Internetdiensten keine Eingrenzung auf den redaktionellen Teil vorgesehen ist, ließe sich annehmen, dass der sachliche Geltungsbereich des § 53 Abs. 1 Satz 3 StPO für Online-Banner eröffnet wäre. Eine solche Interpretation liefe aber dem Telos der Vorschrift und dem Willen des Gesetzgebers zuwider. Möchte man sich hierzu nicht in Widerspruch setzen, wäre die Vorschrift so zu lesen, als erstrecke sich das Zeugnisverweigerungsrecht ausschließlich auf den „redaktionellen Teil“ der „redaktionell aufbereiteten“ IuK-Dienste.

Personell kommt nur in den Genuss der Zeugnisverweigerung, wer bei der Vorbereitung, Herstellung oder Verbreitung des meinungsbildenden IuK-Angebots berufsmäßig mitwirkt bzw. mitgewirkt hat. An das Merkmal der berufsmäßigen Mitwirkung dürfen jedoch keine überhöhten Anforderungen gestellt werden. So sind auch freiberuflich tätige Webreporter zur Verweigerung des Zeugnisses berechtigt.⁴⁸ Überdies ist der Personenkreis nicht auf die journalistisch-redaktionellen Mitarbeiter im engeren Sinne beschränkt (Autoren, Netzrechercheure). Auch **Webdesignern, Informatikern und Programmierern** wird das Privileg nach § 53 StPO zuteil,⁴⁹ sofern sie ihre Tätigkeit für einen redaktionellen IuK-Dienst ausüben und dabei Kenntnis über die Person eines Informanten oder die von ihm gemachten Mitteilungen erlangen.

b) Zivilprozessual

Für Zivilprozesse ergibt sich das Zeugnisverweigerungsrecht von Medienmitarbeitern aus der Vorschrift des § 383 Abs. 1 Nr. 5 ZPO,⁵⁰ die mit dem früheren § 53 Abs. 1 Nr. 5 StPO übereinstimmt. Im Zuge der Novellierung des strafprozessualen Zeugnisverweigerungsrechts erfolgte allerdings keine Anpassung der zivilverfahrensrechtlichen Regelung, sodass redaktionelle IuK-Dienste im Wortlaut des § 383 Abs. 1 Nr. 5 ZPO weiterhin keine Erwähnung finden.

Vermittels einer erweiternden Auslegung lässt sich der Schutzbereich aber auf journalistisch-redaktionelle Angebote ausdehnen. Selbst im Strafprozessrecht, welches strengerer Auslegungskriterien folgt, war schon vor der Reform des § 53 StPO anerkannt, dass auch den Mitarbeitern meinungsbildender Internetdienste die Möglichkeit zur Zeugnisverweigerung zustehen müsse.⁵¹ Umso weniger spricht gegen eine entsprechend **extensive Interpretation** des Zivilverfahrensrechts,⁵² zumal hierdurch Friktionen

⁴⁷ Hervorhebung durch die Verf.

⁴⁸ Vgl. *Kleinknecht/Meyer-Göfner*, § 53 StPO, Rdnr. 31.

⁴⁹ Allg. für den Einbezug des technischen Personals *Löffler/Ricker*, Handbuch des Presserechts, 30. Kap., Rdnr. 21.

⁵⁰ Vgl. dazu auch *BVerfG* NJW 2002, 592 f.; *OLG Dresden*, AfP 2002, 229 (230). Daneben gelten für Journalisten noch konkurrierend die §§ 383 Abs. 1 Nr. 6 und 384 Nr. 3 ZPO, *Zöller/Greger*, § 383 ZPO, Rdnr. 12.

⁵¹ *Löwe-Rosenberg/Dahs*, § 53 StPO, Rdnr. 48 f.; *Paschke*, Medienrecht, Rdnr. 1066; vgl. *Palm/Roy*, NJW 1996, 1791 (1795).

⁵² Dem steht auch nicht der legislatorische Wille entgegen. Zwar verzichtete der Gesetzgeber ganz bewusst auf eine Angleichung des § 383 Abs. 1 Nr. 5 ZPO (vgl. BT-Drs. 14/5166, S. 2 und S. 9 [zu Art. 1 Nr. 1 Buchstabe c]). Im Blick hatte man aber die Ausweitung des strafprozessualen Zeugnisverweigerungsrechts auf das *selbst recherchierte Material*, das der zivilprozessualen Beweiserhebung gerade nicht entzogen werden sollte. Hingegen sind keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass man die Mitarbeiter redaktioneller IuK-Dienste vom Zeugnisverweigerungsrecht nach § 383 Abs. 1 Nr. 5 ZPO ausnehmen wollte. Ohnehin wäre dies im Lichte des Art. 5 Abs. 1 GG kaum zu rechtfertigen.

mit dem neu gefassten § 53 StPO vermieden werden.⁵³ Demgemäß sind Webreporter, Rechercheure oder Webdesigner auch in Zivilverfahren zur Zeugnisverweigerung berechtigt, wenn sie im Rahmen ihrer Tätigkeit für einen journalistisch-redaktionellen LuK-Dienst Kenntnis über die Person des Informanten und die von ihm gegebenen Hinweise erhalten.

II. Pflichten

1. Publizistische Mindeststandards

a) Allgemeine Grundsätze

- 22 Weil und soweit die elektronische Presse den Bestimmungen des MDStV unterliegt,⁵⁴ gilt für sie § 11 Abs. 1 MDStV (§ 7 Abs. 1 MDStV alt). Danach darf das Angebot nicht gegen die verfassungsmäßige Ordnung⁵⁵ verstoßen; insbesondere hat der Diensteanbieter die Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre einzuhalten. Strafbewehrt ist diese Vorschrift jedoch nicht, vielmehr kommt ihr eine überwiegend deklaratorische Bedeutung zu. Qualifizieren lässt sich diese Regelung daher als „legislativer Appell“.⁵⁶ Ähnlich verhält es sich bei der Bestimmung des § 12 MDStV, der früher unzulässige Angebotsinhalte enumerativ aufführte (Kriegsverherrlichung etc.) und im Zusammenspiel mit den §§ 24, 24a MDStV bußgeld- sowie strafbewehrt war. Nach seiner Neufassung beschränkt sich § 12 MDStV nunmehr auf den klarstellenden Hinweis, dass die Regelungen des **Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV)** Anwendung finden⁵⁷ – dies freilich auch, soweit es die elektronische Presse betrifft.

b) Journalistische Grundsätze

- 23 Informationsangebote der journalistisch-redaktionellen Mediendienste (dazu Rdnr. 8) sowie der Verteildienste i.S.d. § 2 Abs. 2 MDStV haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen, § 11 Abs. 2 Satz 1 MDStV (§ 7 Abs. 2 Satz 1 MDStV alt). Was unter journalistischen Grundsätzen zu verstehen ist, muss aus einem normativen Vergleich der presse- und rundfunkrechtlichen Bestimmungen sowie den **standesüblichen Wertvorstellungen** (Pressekodex⁵⁸) ermittelt werden.⁵⁹
- 24 **aa) Kommentare.** Zu den journalistischen Grundsätzen zählt auch die Trennung von Berichterstattung und Kommentar,⁶⁰ was § 11 Abs. 2 Satz 3 MDStV (§ 7 Abs. 2 Satz 3 MDStV alt) gesondert hervorhebt. Auf welchem Wege dieses „Trennungsge-

⁵³ Auf drohende Ungereimtheiten, die aus der isolierten Teilregelung des § 53 StPO resultieren, hat auch der Bundesrat hingewiesen, BR-Drs. 688/01 (Beschluss), S. 3 = BT-Drs. 14/7015, S. 2.

⁵⁴ Zur Abgrenzung zwischen MDStV und TDG *Gounalakis/Rhode*, CR 1998, 487 ff.

⁵⁵ Entspricht dem Begriff der „verfassungsmäßigen Ordnung“ in Art. 2 Abs. 1 GG und § 41 Abs. 1 Satz 1 RStV, *Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg*, § 7 MDStV, Rdnr. 2. Zu verstehen ist hierunter also die „Gesamtheit der Normen, die formell und materiell verfassungsmäßig sind“, s. *Jarass/Pieroth*, Art. 2 GG, Rdnr. 17.

⁵⁶ Ähnlich *Engel-Flehsig/Maennel/Tettenborn*, Neue gesetzliche Rahmenbedingungen für Multimedia, Heidelberg 1998, S. 20: „moralischer Programmauftrag“.

⁵⁷ S. zum Jugendschutz bei Mediendiensten *Dietmeier*, § 21 in diesem Buch.

⁵⁸ Publizistische Grundsätze (Pressekodex) vom Deutschen Presserat, in Zusammenarbeit mit den Presseverbänden beschlossen und Bundespräsident a.D. Dr. Dr. Gustav W. Heinemann am 12. 12. 1973 in Bonn überreicht, i.d.F. v. 20. 6. 2001.

⁵⁹ Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 14; *Gounalakis*, NJW 1997, 2993 (2996).

⁶⁰ S. *Müntinga*, Die journalistischen Wahrheits- und Sorgfaltspflichten, S. 43 ff.

bot⁶¹ umgesetzt wird, bleibt dem Anbieter überlassen. In Betracht kommt sowohl ein akustisches Signal,⁶² etwa bei online abrufbaren Audioberichten, als auch eine optische Trennung, indem der Kommentar grafisch hervorgehoben oder mittels Frames und Hyperlinks vom sonstigen Inhalt abgesetzt wird. Darüber hinaus muss der Kommentar als solcher gekennzeichnet und mit dem Namen des Verfassers versehen sein.

bb) Meinungsumfragen. Führt der Mediendienstanbieter eigene Meinungsumfragen durch, hat er bei ihrer Veröffentlichung anzugeben, ob die Auswahl der Befragten bzw. das zum Ausdruck kommende Stimmungsbild repräsentativ oder zufällig ist. Diese Verpflichtung resultiert aus § 11 Abs. 3 MDStV (§ 7 Abs. 3 MDStV alt), der sich an sämtliche Anbieter von Mediendiensten richtet,⁶³ also nicht nur an journalistisch-redaktionelle (vgl. Rdnr. 8). Andererseits entfällt jene Pflicht bei der Berichterstattung über fremde Umfrageergebnisse,⁶⁴ etwa wenn ein Mediendienst aus einer Statistik des „ZDF Politbarometers“ zitiert.⁶⁵ Hier darf sich der Anbieter auf die bloße, indes zutreffende Wiedergabe der von Dritten durchgeführten Umfrage beschränken.

cc) Pressemäßige Sorgfalt. Oberstes journalistisches Gebot ist stets die Einhaltung der pressemäßigen Sorgfalt. Auch § 11 Abs. 2 Satz 2 MDStV (§ 7 Abs. 2 Satz 2 MDStV alt) bringt dies zum Ausdruck, wenn er vom Anbieter eines journalistisch-redaktionellen Mediendienstes die Überprüfung der zu verbreitenden Nachrichten auf **Inhalt, Herkunft und Wahrheit** verlangt. Missglückt erscheint die insoweit vorgenommene Einschränkung auf „Nachrichten über das aktuelle Tagesgeschehen“. Hieraus darf freilich nicht gefolgert werden, dass „nicht tagesaktuell“ arbeitende Angebote von der Wahrheitspflicht entbunden wären.⁶⁶

Gleichwohl ist die vom Gesetzgeber gewählte Formulierung unschädlich, da § 11 Abs. 2 Satz 2 MDStV ohnehin nur als besondere Ausprägung des zivil- und strafrechtlich relevanten Sorgfaltsmaßstabes zu begreifen ist. Denn Anbieter, die in sorgfaltswidriger Weise die Persönlichkeitsrechte Dritter beeinträchtigen, haften hierfür schon nach allgemeinen **deliktsrechtlichen Grundsätzen**:⁶⁷ Wer die erforderliche Überprüfung seines Nachrichtenmaterials verabsäumt, kann sich nicht auf die Wahrnehmung berechtigter Interessen nach § 193 StGB, § 824 Abs. 2 BGB berufen, sofern sich die Mitteilung im Nachhinein als falsch erweist.⁶⁸ Zugleich begründet die Außerachtlassung der publizistischen Sorgfalt den Verschuldensvorwurf gem. § 276 BGB.⁶⁹

⁶¹ Nicht zu verwechseln mit dem werberechtlichen Trennungsgebot; dazu unten Rdnr. 48 ff.

⁶² *Roßnagel/Ukrow*, § 7 MDStV, Rdnr. 120.

⁶³ Also Anbieter i.S.d. § 3 Satz 1 Nr. 1 MDStV (§ 3 Nr. 1 MDStV alt).

⁶⁴ Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 14; *Roßnagel/Ukrow*, § 7 MDStV, Rdnr. 124.

⁶⁵ Anderes mag in dem Sonderfall gelten, dass ein *Mediendienst des ZDF* (<http://www.zdf.de>) die Umfrageergebnisse der Sendeanstalt übernimmt. Denkbar wäre es hier, dem Online-Ableger die Umfrage des Stammhauses als eigene zuzurechnen, mit der Konsequenz, dass dieser Aufschluss über den repräsentativen Charakter geben muss.

⁶⁶ *Gounalakis*, NJW 1997, 2993 (2996); ebenso *Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg*, § 7 MDStV, Rdnr. 6.

⁶⁷ Ausführlich zu Persönlichkeitsverletzungen und den damit verbundenen Haftungsfragen *Gounalakis/Rhode*, § 22 in diesem Buch.

⁶⁸ S. *Gounalakis/Rhode*, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 137f.; BGH NJW 1960, 476 (477); NJW 1985, 1621 (1623); NJW 1996, 1131 (1133).

⁶⁹ *Damm/Rehbock*, Widerruf, Unterlassung und Schadensersatz in Presse und Rundfunk, Rdnr. 504f., 692; *Prinz/Peters*, Medienrecht, Rdnr. 296, 300; *Waldenberger/Hoß*, AfP 2000, 237 (242); vgl. BGH NJW 1980, 2810 (2811).

- 28 Konkretisieren lässt sich die pressemäßige Sorgfalt anhand mehrerer Einzelpflichten. Zuvorderst obliegt es dem Journalisten, seine **Recherchen** gewissenhaft durchzuführen und dabei einen Mindestbestand an Indizien zu sammeln,⁷⁰ welche die geplante Veröffentlichung inhaltlich auch zu stützen vermögen. Das Ergebnis der Nachforschungen muss für die daraus abgeleiteten Behauptungen also tragfähig erscheinen. Je schwerer die Vorwürfe, je gravierender die Persönlichkeitsrechte anderer betroffen sind, desto strengere Anforderungen wird man an die Sorgfaltspflicht zu stellen haben.⁷¹ Somit kann es bei komplexen Sachverhalten durchaus geboten sein, **Fachleute** zu konsultieren.⁷² Umso gründlicher hat der Publizist zu verfahren, falls ein bedeutender Vermögenswert des Betroffenen oder gar die Gesundheit der Nutzer „auf dem Spiel steht“ (etwa bei medizinischen Webseiten).⁷³
- 29 Ebenso ist auf eine korrekte Veröffentlichung der Rechercheergebnisse, insbesondere der angeführten Belege zu achten. Gemäß dem Grundsatz der **Zitattreue** dürfen Äußerungen Dritter nicht verfälschend wiedergegeben⁷⁴ oder womöglich gar erfunden werden.⁷⁵ Zur Überprüfung der Nachrichten auf ihren Wahrheitsgehalt (sog. Wahrheitspflicht)⁷⁶ gehört auch die kritische Durchleuchtung des erarbeiteten Materials und der Informationsquellen. Während amtlichen Verlautbarungen (Presseinformationen der Behörden) und anerkannten Nachrichtenagenturen (dpa) grundsätzlich vertraut werden darf,⁷⁷ sind bei sonstigen Quellen ggf. weitere Nachforschungen vonnöten,⁷⁸ wobei mit Blick auf die vom Anbieter bzw. Webreporter aufzuwendenden Mittel die Grenze der Zumutbarkeit gilt.⁷⁹ Des Weiteren wird der Journalist zur Minimierung seines Haftungsrisikos gut beraten sein, den Betroffenen vor der Publikation anzuhören (**audiatur et altera pars**).⁸⁰ Dies ist jedenfalls dann mehr als nur ein Ausdruck bloßer Fairness, wenn von dem Betroffenen entscheidende Sachverhaltsaufklärung erwartet werden kann.⁸¹

⁷⁰ Löffler/Steffen, § 6 LPG, Rdnr. 99; Peters, NJW 1997, 1334 (1336).

⁷¹ BGH NJW 1977, 1288 (1289) – Abgeordnetenbestechung; AfP 1988, 34 (35) – intime Beziehungen; OLG München, NJW-RR 1996, 1493 (1495).

⁷² Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2996); Prinz/Peters, Medienrecht, Rdnr. 287.

⁷³ Vgl. insoweit die „Kochsalz-Entscheidung“, BGH JZ 1971, 63: In einer medizinischen Veröffentlichung wurde aufgrund eines Kommafehlers statt der Anwendung „2,5%iger“ die Infusion „25%iger“ Kochsalzlösung empfohlen; hierzu Deutsch, JZ 1971, 65 sowie speziell aus Sicht der Content-Provider Hoeren, Grundzüge des Internetrechts, S. 92.

⁷⁴ Peters, NJW 1997, 1334 (1337); BVerfG NJW 1980, 2072 – Böll/Walden; NJW 1993, 2925 (2926) – Verdattung.

⁷⁵ S. zu erfundenen Interviews insb. BVerfGE 34, 269 ff. – Soraya; BGHZ 128, 1 ff. – Caroline von Monaco I.

⁷⁶ Umfassend hierzu Müntinga, Die journalistischen Wahrheits- und Sorgfaltspflichten, insb. S. 27 ff.; näher auch Paschke, Medienrecht, Rdnr. 344 ff.

⁷⁷ Löffler/Ricker, Handbuch des Presserechts, 39. Kap., Rdnr. 15; Palandt/Thomas, § 823 BGB, Rdnr. 197; Schippan, ZUM 1996, 398 (403); OLG Braunschweig, NJW 1975, 651 (653); OLG Karlsruhe, AfP 1993, 586 (587); LG Berlin, NJW 1997, 1373 (1374); LG München I, AfP 1975, 758. Dies gilt jedoch nur, solange die Mitteilung der Behörde oder Agentur keine Widersprüche bzw. Ungereimtheiten enthält.

⁷⁸ Schippan, ZUM 1996, 398 (403).

⁷⁹ Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2996); Roßnagel/Ukrow, § 7 MDStV, Rdnr. 99; Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (241).

⁸⁰ Vgl. Soehring, Presserecht, Tz. 2.23.

⁸¹ Löffler/Steffen, § 6 LPG, Rdnr. 170; ferner Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2996) mit Hinweis auf OLG Köln, NJW 1963, 1634 (1635) und OLG Stuttgart, NJW 1972, 2320 (2321), die nach jew. unterschiedlich strengen Kriterien die Notwendigkeit bzw. Entbehrlichkeit einer Anhörung beurteilen.

Für den Anbieter eines journalistisch-redaktionellen Dienstes ergeben sich aus den genannten Sorgfaltsanforderungen entsprechende **Überwachungs-, Instruktions- und Auswahlpflichten**: Er hat seinem redaktionellen – und hinreichend qualifizierten – Personal klare Anweisungen zur Einhaltung der publizistischen Grundsätze zu erteilen⁸² sowie die notwendige Infrastruktur bereitzustellen, welche eine sorgfältige journalistische Arbeit und eine Kontrolle derselben erst ermöglicht.

2. Pflichtangaben

a) Allgemeine Informationen

Auch für die elektronische Presse gelten die allgemeinen Informations- und Kennzeichnungspflichten gem. § 6 TDG, § 10 Abs. 2 MDStV. Danach müssen (geschäftsmäßige) Diensteanbieter insbesondere ihren Namen, ihre ladungsfähige⁸³ Anschrift sowie die E-Mail-Adresse verfügbar halten. In aufsichts-, register- und steuerrechtlichen Fragen sieht der enumerative Katalog noch zusätzliche Informationen vor. Ziel ist es insgesamt, für ein Mindestmaß an **Transparenz** zu sorgen.⁸⁴ Von diesen Vorgaben zu unterscheiden sind die im Fernabsatz verbindlichen Unterrichtspflichten nach § 312c BGB.⁸⁵ Sie werden für die elektronische Presse allein insoweit relevant, als mit dem Nutzer die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen vereinbart wird (Prämienangebote, Abonnementverträge).

b) Impressum

Weiter gehende Verpflichtungen treffen Anbieter journalistisch-redaktioneller Mediendienste (s. Rdnr. 8). Gemäß § 10 Abs. 3 Satz 1 MDStV (§ 6 Abs. 2 Satz 1 MDStV alt) müssen sie zusätzlich einen **Verantwortlichen** unter Angabe seiner Anschrift benennen. Bei mehreren Verantwortlichen ist nach Satz 2 kenntlich zu machen, auf welchen Teil des Mediendienstes sich die Verantwortlichkeit jeweils bezieht (etwa Rubriken wie News, Vermischtes, Politik usw.). In diesem Punkt lehnt sich der MDStV eng an die bei periodischen Druckwerken zu beachtenden Impressumspflichten an.⁸⁶ Gleiches gilt für die Voraussetzungen, unter denen ein Verantwortlicher ausschließlich benannt werden kann.⁸⁷ So verlangt Satz 3 vom Betreffenden volle Geschäftsfähigkeit und einen ständigen Aufenthaltsort im Inland, d.h. im Geltungsbereich des GG.⁸⁸ Der Verantwortliche muss uneingeschränkt strafrechtlich verfolgt werden können und zudem öffentliche Ämter bekleiden dürfen (vgl. §§ 45 ff. StGB).

c) Platzierung

An welcher Stelle und mit welcher Aufmachung der Anbieter die Pflichtangaben zu platzieren hat, ist vom Gesetz nur ansatzweise vorgegeben. Sowohl nach § 6 TDG als auch nach § 10 MDStV sind die erforderlichen Informationen leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar zu halten. Demzufolge muss der Nutzer ohne langes Suchen in der Lage sein, von den Pflichtangaben Kenntnis zu nehmen.⁸⁹ Dies bedeutet nicht, dass

⁸² Podehl, MMR 2001, 17 (19).

⁸³ Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (240); Begr. zum EGG, BR-Drs. 136/01, S. 44.

⁸⁴ Begr. zum EGG, BR-Drs. 136/01, S. 44 und zum alten MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 13.

⁸⁵ Bisher in § 2 FernAbsG geregelt.

⁸⁶ Vgl. nur § 8 Abs. 2 LPG BW.

⁸⁷ Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2996); Ory, AfP 1998, 465 (466). Vgl. etwa § 9 Abs. 1 LPG BW.

⁸⁸ Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 13.

⁸⁹ Begr. zum EGG, BR-Drs. 136/01, S. 44.

auf jeder einzelnen Seite des Angebots Anschrift, Kontaktmöglichkeiten und Verantwortliche zu benennen sind.⁹⁰ Es genügt, wenn von der – ihrerseits leicht zugänglichen – Homepage ein deutlich sichtbarer **Link zur Anbieterkennzeichnung** führt.⁹¹

d) Durchsetzung

- 34 Verstöße gegen die allgemeinen Informationspflichten können mit einer Geldbuße bis zu € 50 000 geahndet werden (§§ 6, 12 TDG, §§ 10 Abs. 1 und 2, 24 MDStV). Dem Grunde nach sind diese allgemeinen Anforderungen auch gegenüber ausländischen Anbietern durchsetzbar, die ihre Dienstleistungen auf dem deutschen Markt erbringen. Das schließt Anbieter aus anderen EG-Staaten mit ein, da § 6 TDG und § 10 Abs. 1 und 2 MDStV auf den gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben des Art. 5 der E-Commerce-Richtlinie⁹² fußen. Indes handelt es sich bei den presserechtlichen Pflichten nach § 10 Abs. 3 MDStV (§ 6 Abs. 2 MDStV alt) um nationales Sonderrecht.⁹³ EG-ausländische Anbieter können deshalb nur in Übereinstimmung mit dem sog. Herkunftslandprinzip⁹⁴ dazu angehalten werden, für journalistisch-redaktionelle Mediendienste einen Verantwortlichen zu benennen.⁹⁵

3. Gendarstellung

- 35 Journalistisch-redaktionelle Mediendienste i.S.d. § 10 Abs. 3 MDStV (§ 6 Abs. 2 MDStV alt)⁹⁶ unterliegen der Gendarstellungspflicht. Insoweit wurde mit § 14 MDStV (§ 10 MDStV alt) der Gendarstellungsanspruch auf bestimmte Formen der Online-Dienste erweitert. Hingegen findet sich für Teledienste keine Parallelregelung im TDG. Sachlich kann dies damit begründet werden, dass der Staat nur dort zur Schaffung spezifischer Gendarstellungsansprüche verpflichtet ist, wo Tatsachenbehauptungen in einem Medium mit spürbarem Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung aufgestellt werden.⁹⁷ Teledienstangebote weisen eine solche Meinungsbildungsrelevanz schon per definitionem nicht auf.⁹⁸ Erfüllt ein Online-Angebot nämlich

⁹⁰ Roßnagel/Ukrow, § 6 MDStV, Rdnr. 29.

⁹¹ Rauschhofer, JurPC Web-Dok. 241/2000, Abs. 39; vgl. Spindler, Beil. zu MMR 7/2000, 4 (15). Anders Roßnagel/Ukrow, § 6 MDStV, Rdnr. 29, wonach die Angaben unmittelbar auf der Homepage zu veröffentlichen seien (zw.).

⁹² Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates v. 8. 6. 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“), ABl. EG v. 17. 7. 2000 Nr. L 178 S. 1, kurz: ECRL. Zur E-Commerce-Richtlinie Spindler, § 9 in diesem Buch.

⁹³ Krit. daher schon Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (241).

⁹⁴ Art. 3 ECRL, § 4 TDG, § 5 MDStV; s. dazu Gounalakis/Rhode, § 22, Rdnr. 22 sowie Spindler, § 9, jew. in diesem Buch.

⁹⁵ Weil und soweit die Impressumspflicht der strafrechtlichen Verfolgung von „Presseverfehlungen“ dient (Löffler/Sedelmeier, § 8 LPG, Rdnr. 7; ferner Groß, Presserecht, Rdnr. 336; vgl. für Mediendienste auch Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 6 MDStV, Rdnr. 7), erscheint allerdings eine Ausnahme vom Herkunftslandprinzip nach Art. 3 Abs. 4 lit. a) Nr. i) ECRL möglich (Maßnahmen des Mitgliedstaates, die erforderlich sind zur „Verhütung, Ermittlung, Aufklärung und Verfolgung von Straftaten“).

⁹⁶ S. hierzu oben Rdnr. 8 sowie Helle, CR 1998, 672 ff.; Ory, AfP 1998, 465 f.; LG Düsseldorf, CR 1998, 431 = JurPC Web-Dok. 34/1999 = K&R 1998, 304 = ZUM 1998, 946. Zur Abgrenzung von Medien- und Telediensten Gounalakis/Rhode, CR 1998, 487 ff.

⁹⁷ Vgl. die Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 15; s. zu diesem gesetzgeberischen Auftrag auch Helle, CR 1998, 672 (674 f.); Manssen/Manssen, D § 10, Rdnr. 1; BVerfGE 63, 131 ff. – Tagesthemen.

⁹⁸ Angebote zur Information und Kommunikation, bei denen „die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht“, sind vom Geltungsbereich des TDG ausge-

eine den herkömmlichen Massenmedien vergleichbare Funktion, wird es regelmäßig als journalistisch-redaktioneller Mediendienst zu qualifizieren sein.⁹⁹

Darüber hinaus sind Teledienstangebote stark individualkommunikativ geprägt. 36 Das gilt insbesondere für E-Mail-Dienste, Mailing-Listen oder Chatrooms. In derartigen Fällen besteht kein Bedürfnis nach einem gesetzlich fixierten Gegendarstellungsanspruch, weil sich der Betroffene in einer Mailing-Liste oder einem Forum unschwer selbst Gehör verschaffen kann.¹⁰⁰ Bereits daran wird deutlich, weshalb die Gegendarstellungsregelungen des MDStV oder der Rundfunk- und Pressegesetze nicht, und zwar auch nicht analog,¹⁰¹ auf Teledienstangebote übertragen werden können.

a) Presseübliche Voraussetzungen

Bei der Ausgestaltung des Gegendarstellungsanspruchs nach § 14 MDStV (§ 10 MDStV alt) haben sich die Länder an den herkömmlichen presse- und rundfunkrechtlichen Regeln orientiert.¹⁰² Daher kann auf die allgemeinen Grundsätze des Gegendarstellungsrechts verwiesen werden. So darf der Betroffene auch vorliegend allein Tatsachenbehauptungen angreifen und hierauf mit einer eigenen Tatsachendarstellung erwidern¹⁰³ („Tatsache gegen Tatsache“).¹⁰⁴ Auf den Wahrheitsgehalt kommt es weder bei der beanstandeten Erstmitteilung noch bei der Gegendarstellung an,¹⁰⁵ sieht man von dem üblichen Ausschlussgrund ab, dass es bei einer *offenkundig* unwahren Erwidderung am berechtigten Gegendarstellungsinteresse fehlt.¹⁰⁶

Anspruchsberechtigt sind, ebenso wie im traditionellen Presserecht, die von der Erstmitteilung betroffenen Personen oder Stellen (auch Behörden¹⁰⁷). Eine Ehrverletzung wird nicht gefordert.¹⁰⁸ Gleichmaßen lehnt sich § 14 MDStV (§ 10 MDStV alt) an bekannte **Ausnahmetatbestände** an: Die Gegendarstellung darf keinen strafbaren Inhalt haben und in ihrem Umfang nicht unangemessen über die ursprüngliche Mittei-

nommen und unterliegen den Bestimmungen des MDStV: § 2 Abs. 2 Nr. 2 und Abs. 4 Nr. 3 TDG; vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 4 MDStV.

⁹⁹ Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 312; vgl. dies., CR 1998, 487 (490).

¹⁰⁰ Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 312; vgl. für Newsgroups auch Helle, JZ 2002, 593 (600).

¹⁰¹ Gegen eine entsprechende Anwendung des § 14 MDStV (§ 10 MDStV alt) auf Teledienste Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 312; Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (247). Gegen eine Anwendung der rundfunk- und presserechtlichen Regelungen auf Online-Dienste Ory, AfP 1996, 105 (110); LG Düsseldorf, CR 1998, 431 (432) = JurPC Web-Dok. 34/1999, Abs. 2 = K&R 1998, 304 = ZUM 1998, 946 (947); a. A. Lerch, CR 1997, 261 (266, 268 f.); vgl. zum Ganzen noch Barton, MMR 1998, 294 (295).

¹⁰² Gounalakis, NJW 1997, 2993 (2997); Manssen/Manssen, D § 10, Rdnr. 2; Begr. zum MDStV, Hamb. Bürgerschafts-Drs. 15/7276, S. 15.

¹⁰³ § 14 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 2 Nr. 3 MDStV (§ 10 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 2 Nr. 3 MDStV alt). Allg. Groß, Presserecht, Rdnr. 476. Zum Begriff der Tatsachenbehauptung Gounalakis/Rhode, § 22, Rdnr. 34 in diesem Buch; dies., Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 111.

¹⁰⁴ Soehring, Presserecht, Tz. 29.17.

¹⁰⁵ Löffler/Sedelmeier, § 11 LPG, Rdnr. 113, 122; BVerfG NJW 2002, 356 (357) – Gysi I; NJW 2002, 357 – Gysi II.

¹⁰⁶ Gounalakis/Vollmann, ZAP 1992 (Fach 2), 103 (110); Wenzel, Wort- und Bildberichterstattung, Rdnr. 11.21. Das „berechtigte Interesse“ des Betroffenen ist in § 14 Abs. 2 Nr. 1 MDStV (§ 10 Abs. 2 Nr. 1 MDStV alt) normiert.

¹⁰⁷ Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 10 MDStV, Rdnr. 4.

¹⁰⁸ Manssen/Manssen, D § 10, Rdnr. 3; vgl. Wenzel, Wort- und Bildberichterstattung, Rdnr. 11.72.

lung hinausgehen.¹⁰⁹ Zudem entfällt die Gegendarstellungspflicht bei wahrheitsgetreuen Berichten über öffentliche Sitzungen der gesetzgebenden bzw. parlamentarischen Organe.¹¹⁰ Durchzusetzen ist der Gegendarstellungsanspruch vor den ordentlichen Gerichten entsprechend den Vorschriften der **einstweiligen Verfügung**.¹¹¹ Da ein Verfahren zur Hauptsache nicht stattfindet, ließe sich die prozessuale Sicherung nach § 14 MDStV (§ 10 MDStV alt) als „endgültig vorläufig“ beschreiben.¹¹²

b) Online-spezifische Voraussetzungen

- 39 Eine schlichte Rezeption der presse- und rundfunkrechtlichen Tatbestandsvoraussetzungen ginge an der Wirklichkeit der neuen Medien vorbei. Dementsprechend musste der Gegendarstellungsanspruch nach § 14 MDStV (§ 10 MDStV alt) an die rechtlichen und **technischen Besonderheiten** der Informationsdienste angepasst werden. Spezifische Regelungen betreffen im Wesentlichen die Passivlegitimation, die Aufmachung und Platzierung von Online-Gegendarstellungen sowie das Glossierungsverbot und die Zuleitungsfrist.
- 40 **aa) Passivlegitimierte.** Als Anspruchsverpflichtete nennt der Staatsvertrag Diensteanbieter von **journalistisch-redaktionellen Angeboten** i.S.d. § 10 Abs. 3 MDStV (§ 6 Abs. 2 MDStV alt). Das Angebot muss also Inhalte periodischer Druckerzeugnisse wiedergeben oder in periodischer Folge Texte verbreiten, wobei eine planvolle redaktionelle Bearbeitung und Gestaltung zu erfolgen hat (zum Ganzen bereits oben Rdnr. 8). Passivlegitimiert ist der betreffende Diensteanbieter. Nach der Legaldefinition des § 3 Satz 1 Nr. 1 MDStV (§ 3 Nr. 1 MDStV alt) sind Diensteanbieter alle natürlichen oder juristischen Personen, die eigene oder fremde Mediendienste zur Nutzung bereithalten oder den Zugang zur Nutzung vermitteln. Angesichts dieser weiten Begriffsbestimmung wird vertreten, auch reine **Service-Provider** seien von der Gegendarstellungspflicht betroffen, sofern sie den Zugang zu redaktionellen Angeboten herstellen oder diese hosten; insoweit fänden die Verantwortlichkeitsregeln der §§ 6ff. MDStV (§ 5 MDStV alt) Anwendung.¹¹³
- 41 Diese Überlegung geht allerdings aus zwei Gründen ins Leere: Zum einen sollte mit § 10 Abs. 3 MDStV (§ 6 Abs. 2 MDStV alt) gerade eine Beschränkung der Anspruchspflicht auf eine eng umgrenzte Gruppe von Diensteanbietern erfolgen.¹¹⁴ Diese **Beschränkung** darf nicht durch Rückverweis auf die allgemeine Begriffsbestimmung des § 3 MDStV ausgehöhlt werden. Da nahezu jeder Service-Provider auch in irgendeiner Form den Zugang zu redaktionellen Angeboten vermittelt oder für ebensolche Angebote Serverkapazitäten bereitstellt, ließe sich – unter den Voraussetzungen der §§ 6ff.

¹⁰⁹ § 14 Abs. 2 Nr. 2 und 3 MDStV (§ 10 Abs. 2 Nr. 2 und 3 MDStV alt). Vgl. aus dem Presserecht nur § 11 Abs. 2 Satz 1 bis 3 LPG Brem.; rundfunkrechtlich § 21 Abs. 1 Satz 2 und 3, Abs. 2 Satz 2 NdsMedienG.

¹¹⁰ § 14 Abs. 4 MDStV (§ 10 Abs. 4 MDStV alt). Vgl. presserechtlich etwa § 10 Abs. 5 LPG Meckl.-Vorp. und Gounalakis/Vollmann, ZAP 1992 (Fach 2), 103 (110).

¹¹¹ § 14 Abs. 3 MDStV (§ 10 Abs. 3 MDStV alt). S. aus dem Rundfunkrecht z.B. § 14 Abs. 5 HmbMedienG.

¹¹² S. Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 321.

¹¹³ Manssen/Manssen, D § 10, Rdnr. 4; Ory, AfP 1998, 465 (467); Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (245); noch weiter gehend Barton, MMR 1998, 294 (296): Die Gegendarstellungspflicht treffe alle in § 3 Satz 1 Nr. 1 MDStV (§ 3 Nr. 1 MDStV alt) aufgeführten Anbieter ohne Einschränkung (!).

¹¹⁴ Insoweit auch Roßnagel/Vesting, § 10 MDStV, Rdnr. 15: Eine Inanspruchnahme der Service-Provider sei vom Gesetzgeber nicht beabsichtigt.

MDStV (§ 5 MDStV alt) – die Gegendarstellungspflicht auf beliebig viele Informationsdienste erweitern.

Zum anderen bliebe unklar, wie ein Service-Provider der Gegendarstellungspflicht überhaupt nachkommen soll. Schließlich hält er keine eigenen Inhalte, sondern fremde Informationen verfügbar. Damit die Gegendarstellung in der vom Gesetz geforderten „unmittelbaren Verknüpfung“ mit der Tatsachenbehauptung erscheint, müsste der Service-Provider das fremde Angebot modifizieren, um dort die Gegendarstellung einzuordnen bzw. die erforderliche Verknüpfung vorzunehmen.¹¹⁵ Der originäre Anbieter der Tatsachenbehauptung hätte also eine Änderung seines Angebots durch den Service-Provider zu dulden. Auf welcher Rechtsgrundlage dies geschehen soll, ist nicht einsichtig.¹¹⁶ Der formalrechtliche Gegendarstellungsanspruch schafft jedenfalls keine Befugnis, in fremde Angebote „hineinzuredigieren“. Weil dem Service-Provider die rechtliche **Möglichkeit zur Erfüllung** der Gegendarstellungspflicht fehlt, kann er auch nicht zum Kreis der Anspruchsverpflichteten zählen.¹¹⁷ Passivlegitimiert ist daher nur, wer als Diensteanbieter ein **eigenes** journalistisch-redaktionelles Angebot vorhält.

bb) Aufmachung, Platzierung und Gegendarstellungsdauer. Nach § 14 Abs. 1 MDStV (§ 10 Abs. 1 MDStV alt) muss die Gegendarstellung ohne Einschaltungen und Weglassungen angeboten werden, und zwar in der gleichen Aufmachung wie die beanstandete Tatsachenbehauptung. Dies erfordert ein **gestaltungsidentisches** Erscheinungsbild, mithin die Aufmachung der Gegendarstellung in vergleichbarer Schriftgröße, Type und ähnlichem Layout.¹¹⁸

Ist die angegriffene Erstmitteilung noch abrufbar, hat der Anbieter die Gegendarstellung unmittelbar mit der Tatsachenbehauptung zu verknüpfen. Hierfür genügt ggf. ein deutlich sichtbarer und entsprechend gekennzeichnete **Hyperlink**, der vom beanstandeten Text direkt zur Gegendarstellung führt.¹¹⁹ Insoweit muss der Hyperlink geeignet sein, den flüchtigen Durchschnittsnutzer ohne weiteres auf die Existenz der Gegendarstellung hinzuweisen.¹²⁰ Eine besondere „Neugierde“ braucht freilich nicht geweckt zu werden. Sofern die Erstmitteilung bereits aus dem Netz entfernt wurde, muss die Gegendarstellung an vergleichbarer Stelle im Angebot erscheinen. Diese Voraussetzung ist nur erfüllt, wenn der Nutzer die Gegendarstellung ähnlich problemlos wie die frühere Tatsachenbehauptung erreichen kann.¹²¹

Wie lange der Anbieter die Gegendarstellung vorzuhalten hat, richtet sich danach, ob die Erstmitteilung noch abrufbar ist. Grundsätzlich muss die Gegendarstellung ebenso lange wie die Tatsachenbehauptung angeboten werden. Ist diese schon gelöscht oder endet das Angebot vor Ablauf eines Monats nach Aufnahme der Gegendarstellung, darf grundsätzlich der Betroffene die **Dauer** der Veröffentlichung bestimmen.

¹¹⁵ Der Service-Provider müsste in das Fremdanbieter (d.h. die Webseite) zumindest einen Hyperlink implementieren, vgl. Rdnr. 44.

¹¹⁶ Zumal Konflikte mit den Wertungen des Art. 5 Abs. 1 GG drohen.

¹¹⁷ Ohne rechtliches Dürfen kein rechtliches Müssen! Vgl. mit Blick auf den Zugangsvermittler auch Helle, JZ 2002, 593 (600).

¹¹⁸ Barton, MMR 1998, 294 (296); Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 319; Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (246).

¹¹⁹ Ory, AfP 1998, 465 (468); Rauschhofer, JurPC Web-Dok. 241/2000, Abs. 51f.; Soehring, Presse-recht, Tz. 29.73. A. A. Roßnagel/Vesting, § 10 MDStV, Rdnr. 47.

¹²⁰ Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 319.

¹²¹ Ory, AfP 1998, 465 (468); Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (246). Streng Rauschhofer, JurPC Web-Dok. 241/2000, Abs. 54: Es müsse sich um **dieselbe** Webseite (= identische IP-Adresse) handeln, welche vormals die Tatsachenbehauptung enthielt.

Länger als einen Monat kann er die Vorhaltung der Gegendarstellung jedoch nicht verlangen (§ 14 Abs. 1 Satz 4 MDStV bzw. § 10 Abs. 1 Satz 4 MDStV alt).

- 46 **cc) Glossierung.** Verfassungsrechtlichen Bedenken begegnet das Glossierungsverbot des § 14 Abs. 1 Satz 5 MDStV (§ 10 Abs. 1 Satz 5 MDStV alt). Nach dieser Regelung ist dem Anbieter zwar eine Erwiderung auf die Gegendarstellung gestattet, soweit er sich auf tatsächliche Angaben beschränkt. Allerdings darf seine Replik nicht mit der Gegendarstellung **unmittelbar verknüpft** sein. Entsprechend den obigen Ausführungen (Rdnr. 44) meint Verknüpfung auch hier die Verbindung mittels Hyperlink.¹²² Ob derart weit reichende Restriktionen noch mit den Kommunikationsfreiheiten nach Art. 5 Abs. 1 GG in Einklang stehen, ist mehr als fraglich.¹²³ Ausgenommen bleibt vom Glossierungsverbot immerhin der sog. Redaktionsschwanz, mit dem der Anbieter lediglich erklärt, zur Veröffentlichung der Gegendarstellung ungeachtet ihres Wahrheitsgehaltes verpflichtet zu sein.¹²⁴
- 47 **dd) Zuleitungsfrist.** Die Gegendarstellung hat dem Anbieter unverzüglich zuzugehen, d.h. ohne schuldhaftes Zögern i.S.d. § 121 BGB. Dabei grenzt das Gesetz diesen Zeitraum näher ein, indem es besondere **Ausschlussfristen** statuiert:¹²⁵ Den Diensteanbieter muss die Gegendarstellung spätestens sechs Wochen nach dem letzten Tage erreichen, an dem der beanstandete Text noch abzurufen war. Konkurrierend gilt die absolute Ausschlussfrist von drei Monaten nach der erstmaligen Bereitstellung der angegriffenen Behauptung. Während die letztgenannte Frist an das Überlegungsinteresse des Betroffenen anknüpft, betrifft die Sechswochenfrist das Aktualitätsinteresse des Anbieters.¹²⁶

C. Wettbewerbsrechtliche Fragestellungen

I. Trennungsgebot

- 48 Anbieter von Informationsportalen sind gehalten, Aufschluss über die redaktionelle oder werbende Zielrichtung der einzelnen Beiträge zu geben. Andernfalls droht ein Verstoß gegen das Trennungsgebot, wonach Werbung als solche klar erkennbar und vom übrigen Angebotsinhalt eindeutig zu unterscheiden sein muss. Dieser Grundsatz ergibt sich bereits aus den **lauterkeitsrechtlichen Bestimmungen** des UWG,¹²⁷ wurde für Online-Dienste aber noch einmal besonders normiert.¹²⁸ Das Trennungsgebot greift immer dann ein, wenn der Durchschnittsnutzer vom aufgerufenen Online-Angebot verobjektivierte Informationen erwartet.¹²⁹

¹²² Gounalakis, NJW 1997, 2993 (1997 Fn. 85); ders./Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 320; vgl. auch Roßnagel/Vesting, § 10 MDStV, Rdnr. 49.

¹²³ Krit. Gounalakis, NJW 1997, 2993 (1997). Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (246) erachten aus diesem Grund eine Verknüpfung mittels Hyperlink sogar als zulässig.

¹²⁴ Ory, AfP 1998, 465 (468); Gounalakis/Rhode, Persönlichkeitsschutz im Internet, Rdnr. 320; Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (246), jew. mit Hinweis auf Seitz/Schmidt/Schoener, Der Gegendarstellungsanspruch, Rdnr. 436.

¹²⁵ § 14 Abs. 2 Nr. 4 MDStV (§ 10 Abs. 2 Nr. 4 MDStV alt).

¹²⁶ Beucher/Leyendecker/v. Rosenberg, § 10 MDStV, Rdnr. 31.

¹²⁷ Baumbach/Hefermehl, § 1 UWG, Rdnr. 27, 30 a.E., 38 a.; Gummig, ZUM 1996, 573 (579).

¹²⁸ § 7 Satz 1 Nr. 1 TDG und § 10 Abs. 4 Satz 1 Nr. 1, § 13 Abs. 1 MDStV (§ 9 Abs. 2 MDStV alt).

¹²⁹ Waldenberger/Hoß, AfP 2000, 237 (245).

Einen solchen Objektivitätsanspruch erheben gerade die Angebote der elektronischen Presse, welche der Neutralität und Überparteilichkeit verschrieben sein sollten. Werden nämlich Redaktionelles und Werbung vermischt, läuft dies den Wertvorgaben des Art. 5 Abs. 1 GG zuwider.¹³⁰ Außerdem schlagen derartige Verstöße unmittelbar auf das Lauterkeitsrecht durch, weil das Trennungsgebot neben kommunikationsrechtlichen Aspekten auch der Gleichheit wettbewerblicher Ausgangsbedingungen für Konkurrenten dient.¹³¹ In Ansehung dessen sind Verletzungen des Trennungsgrundsatzes wettbewerbswidrig i.S.d. § 1 UWG, ohne dass es noch auf das Vorliegen weiterer Umstände ankäme.¹³²

Zur Vermeidung von Schadensersatz- und Unterlassungsansprüchen hat der Anbieter mehrere technische bzw. grafische Möglichkeiten, wie er dem Trennungsgebot Rechnung tragen will. So genügt den gesetzlichen Anforderungen, wer die Werbung mittels **Online-Banner** einblenden lässt, deren Werbecharakter schließlich offenkundig ist.¹³³ Sollte bei anderen Formen des Web-Advertising die optische Aufmachung nicht für sich sprechen, kommt eine – auch im Printbereich übliche – Kennzeichnung als „Anzeige“ in Betracht.¹³⁴

Führen **Hyperlinks** vom redaktionellen Text zur Webseite eines werbenden Unternehmens,¹³⁵ erscheint eine solche Klarstellung nicht zwingend geboten. Besondere Hinweise sind entbehrlich, weil und soweit der Durchschnittsnutzer wegen des Seiten- und Adresswechsels unschwer erkennt, dass er das redaktionelle Angebot verlässt.¹³⁶ Anderes gilt für **Inline-Links**, bei deren Aktivierung keine Änderung in der Adresszeile des Browsers erfolgt. Suggestiert wird dem Nutzer, sich weiterhin innerhalb des ursprünglichen (redaktionellen) Angebotes zu befinden. Um hier nicht gegen den Trennungsgrundsatz zu verstoßen, bietet sich der Einsatz von Disclaimern oder die Zwischenschaltung besonderer Hinweisseiten an¹³⁷ („Wir leiten Sie nun zu unserem Werbekunden weiter“ etc.). Generell aber wird auch bei optischer Trennung darauf zu achten sein, dass dem Hyper- oder Inline-Link keine empfehlende bzw. anpreisende Wirkung zukommt.¹³⁸ Beim Nutzer darf nicht die Vorstellung geweckt werden, der Verfasser des redaktionellen Beitrags wolle sich gleichsam mit dem Werbetreibenden identifizieren oder eine gewisse Verbundenheit zeigen.

¹³⁰ Vgl. BGHZ 110, 278 (289 f.) – Werbung im Programm.

¹³¹ BGHZ 110, 278 (290 f.) – Werbung im Programm.

¹³² Gounalakis, Funktionsauftrag und wirtschaftliche Betätigung des Zweiten Deutschen Fernsehens, Mainz 2000, S. 124, 146; Henning-Bodewig, Beil. 18 zu BB 33/1986, 6; BGHZ 110, 278 (290 f.) – Werbung im Programm; s. auch Hauschka, DB 1988, 165 (167); Rüggeberg, GRUR 1988, 873 (878).

¹³³ Roßnagel/Meier, § 9 MDStV, Rdnr. 55.

¹³⁴ S. Rauschhofer, JurPC Web-Dok. 241/2000, Abs. 42.

¹³⁵ Vgl. auch Dethloff, NJW 1998, 1596 (1598).

¹³⁶ Ernst, NJW-CoR 1997, 224 (227). Allerdings muss für den Nutzer bei der aufgerufenen Seite auch tatsächlich deutlich werden, dass sie der Werbung dient. Ihr Werbecharakter muss also evident sein.

¹³⁷ Gummig, ZUM 1996, 573 (582); Rauschhofer, JurPC Web-Dok. 241/2000, Abs. 45.

¹³⁸ Streng Körner/Lehment, in: Hoeren/Sieber (Hrsg.), Handbuch Multimedia-Recht, Teil 11.1, Rdnr. 173, die insoweit sämtliche Links in redaktionellen Beiträgen für unlauter und Hinweisseiten für ungeeignet halten, den empfehlenden Charakter zu beseitigen.

II. Bewerbung von Online-Angeboten als „Zeitungen“

- 52 Journalistisch-redaktionelle Online-Angebote firmieren häufig unter dem Zusatz „Zeitung“ oder „Zeitschrift“. Gängig sind insofern Begriffe wie „Netz-Zeitung“ oder „Internet-Zeitschrift“,¹³⁹ die zumeist auch in der gewählten Domain sowie bei der Präsentation des eigenen Angebots zum Ausdruck kommen. Bewirbt ein Diensteanbieter sein Online-Portal als „Zeitung“, stellt sich die Frage, ob hierin eine Irreführung nach § 3 UWG liegt. Das *OLG Köln*¹⁴⁰ verneint dies, solange zwei wesentliche Voraussetzungen erfüllt sind: Zum einen müsse hinreichend deutlich werden, dass es sich um ein Internetangebot handele, zum anderen habe das Angebot redaktionelle Mindestanforderungen einzuhalten, um aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise als „Zeitung“ zu gelten.
- 53 Hebt der Anbieter durch beschreibende Zusätze oder Schlagwörter den Online-Charakter seines Angebots hervor, ist die Verwendung des Begriffes „Zeitung“ oder „Zeitschrift“ unschädlich. Als ausreichend erachtet wurde insoweit die Formulierung „Die Zeitschrift im Netz“ und deren Bewerbung als „nur im Internet“.¹⁴¹ In diesen Fällen erwarte das angesprochene Publikum kein Druckwerk bzw. keine Zeitung im klassischen Sinne, sondern ein redaktionelles Online-Portal.¹⁴² Dann dürfe auch eine Anlehnung an herkömmliche Begriffe wie „Zeitung“ oder „Zeitschrift“ erfolgen, um eine Vorstellung über Zweck und Inhalt der Publikation zu vermitteln.
- 54 Wesensmerkmal einer Zeitung ist unterdessen die fortlaufende redaktionelle Berichterstattung über lokale, nationale oder globale Ereignisse.¹⁴³ Dementsprechend unterstellt der Verkehr einer „Online-Zeitung“, dass sie eingehende Meldungen nach redaktionellem Muster sichtet, ordnet und bearbeitet. Das Online-Angebot muss also eine Redaktion vorweisen, wenngleich eine Zentralredaktion bzw. „Redaktionsstube“ nicht erforderlich ist.¹⁴⁴ Es genügt auch ein „virtuelles Redaktionssystem“, vermittels dessen die Autoren, Reporter und Redakteure untereinander per E-Mail kommunizieren, die Beiträge weiterleiten und redigieren. Fehlt es jedoch an einer redaktionellen Bearbeitung des Stoffes – wie insbesondere bei bloßen Diskussionsforen und schwarzen Brettern –, ist der Begriff „Zeitung“ irreführend i.S.d. § 3 UWG.

III. Leistungsübernahme aus Printprodukten

- 55 Wer ohne Befugnis fremde redaktionelle Leistungen in sein Online-Angebot übernimmt, setzt sich ggf. dem Vorwurf der wettbewerbswidrigen Handlung nach § 1 UWG aus. Sofern nicht ohnehin Sonderrechtsschutz besteht (z.B. UrhG, MarkenG), verstößt die unmittelbare Übernahme fremder Leistungen jedenfalls dann gegen die guten Sitten, wenn noch besondere missbilligenswerte Umstände hinzutreten.¹⁴⁵ so etwa

¹³⁹ S. z. B. die *Netzeitung*, <http://www.netzeitung.de> oder *JurPC – Internet-Zeitschrift für Rechtsinformatik*, <http://www.jurpc.de> (beide abgerufen 12. 8. 2002).

¹⁴⁰ AfP 2001, 147 ff. = MMR 2001, 538 f.

¹⁴¹ *OLG Köln*, AfP 2001, 147 (148) = MMR 2001, 538 (539).

¹⁴² *OLG Köln*, AfP 2001, 147 (148) = MMR 2001, 538 (539), auch zum Nachfolgenden.

¹⁴³ *Löffler/Bullinger*, Einl. zu Bd. I, Rdnr. 15; *OLG Köln*, AfP 1999, 86 (87); *LG Aachen*, AfP 1998, 93.

¹⁴⁴ *OLG Köln*, AfP 2001, 147 (148 f.), auch zum Nachfolgenden; insoweit in MMR 2001, 538 (539) nicht vollständig abgedruckt.

¹⁴⁵ St. Rspr.: *BGH NJW* 1986, 381 (382); *NJW-RR* 1987, 160 (161) = LM § 1 UWG Nr. 449; *NJW-RR* 1988, 809 (810) = LM § 1 UWG Nr. 482; *NJW-RR* 1990, 1061 (1065) = LM § 3 UrhG Nr. 9; *NJW* 1992, 1316 (1317); s. insb. auch *BGHZ* 51, 41 (45 ff.).

bei einer Herkunftstäuschung.¹⁴⁶ Bedeutsam erscheint auch, ob der Übernehmer den ursprünglichen Leistungserbringer durch die Übernahme um die „legitimen Früchte seines mit Mühe und Kosten errungenen Arbeitsergebnisses“ bringt.¹⁴⁷

Das ist bei einem Online-Angebot der Fall, welches die Stellen- und Kleinanzeigenmärkte der „klassischen“ Tageszeitungen für den eigenen Inseratenteil ausbeutet. Sonderrechtsschutz greift vorliegend nicht ein, weil ein Anzeigenteil regelmäßig nicht die Qualität einer Datenbank i.S.d. § 87a UrhG erreicht.¹⁴⁸ An der Wettbewerbswidrigkeit der Anzeigenübernahme ändert die Tatsache nichts, dass der Informationsdienst die übernommenen Annoncen selektiert und nach neuen Rubriken oder speziellen Ordnungsgesichtspunkten zusammenstellt. Er drängt sich insoweit zwischen die vertraglichen Beziehungen der betroffenen Tageszeitung mit ihren Lesern, weil er dem Suchenden den Zeitungserwerb abnimmt und dem Verlag die Verkaufserlöse vorenthält.¹⁴⁹ Deshalb stützt z.B. das *OLG München* den Unlauterkeitsvorwurf auf die schädliche Störung bestehender Geschäftsbeziehungen.¹⁵⁰

Entsprechendes gilt für die Übernahme redaktioneller Beiträge. Obgleich journalistische Online-Angebote die herkömmlichen Presseprodukte nicht generell zu substituieren vermögen, tritt der Informationsanbieter mit den klassischen Medien in ein Wettbewerbsverhältnis.¹⁵¹ Übernimmt er deren Meldungen, Features und Reportagen, so verschafft er sich einen ungehörigen Vorsprung. Denn der Anbieter spart die Kosten für das redaktionelle Personal und schöpft gleichsam „parasitär“ fremde Leistungsergebnisse ab, mit denen er dem ursprünglichen Leistungserbringer womöglich noch Konkurrenz macht. Im Übrigen dürften jedoch zahlreiche journalistische Berichte geistige Schöpfungen i.S.d. § 2 UrhG sein, sodass sich die Rechtswidrigkeit einer solchen Leistungsübernahme bereits aus den Regelungen des Urheberrechts ergeben kann.¹⁵²

¹⁴⁶ *Emmerich*, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, S. 133.

¹⁴⁷ *Emmerich*, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, S. 132; ähnlich *BGHZ* 51, 41 (47).

¹⁴⁸ S. *OLG München*, AfP 2001, 301 (302).

¹⁴⁹ *OLG München*, AfP 2001, 301 (302 f.).

¹⁵⁰ *OLG München*, AfP 2001, 301 (302).

¹⁵¹ Entsprechend wird im informationellen bzw. redaktionellen Bereich auch ein Wettbewerbsverhältnis zwischen Rundfunk und Tageszeitung angenommen, *Baumbach/Hefermehl*, Einl. UWG, Rdnr. 222. Vgl. für Anzeigenblatt und Tageszeitung *BGHZ* 19, 392 (394).

¹⁵² Zum Urheberrechtsschutz beim elektronischen Publizieren der nachfolgende Beitrag von *Zahrt*, § 56.