



Chefredakteur:  
Wolfram Riedel  
Telefon: 0 30 / 99 29 29-25

Ausgabe 26 / 99  
Erscheinungsdatum:  
Montag 28.06.99

Redaktion: D-15366 Hönow/Berlin, Kaulsdorfer Str. 20, Tel.: 0 30 / 99 29 29-0, Fax: 0 30 / 99 29 29-88  
Herausgeber: Globus-Press GmbH & Co. KG, D-50767 Köln, Fröbelstraße 5c  
Internet: <http://www.ps-report.de> · E-Mail: [ps-report@globus-press.de](mailto:ps-report@globus-press.de)  
Bankverbindung: Volksbank Köln-Nord Konto 14 58 019 BLZ 370 694 29  
Abdruck honorarpflichtig (+ 16% MwSt.) und nur mit Urhebervermerk

*Unternehmen agieren zunehmend globaler, und Journalisten haben ihr Problem: Die Flut weltweit verbreiteter Informationen steigt. Deren Seriosität, ihr Wahrheitsgehalt, ist immer seltener nachprüfbar. Die Übernahme und Weiterverbreitung mancher Nachricht kann Konsequenzen haben, wenn sich die Botschaft als Windei erweist. Auch ein Global Player läuft Gefahr, nicht immer Herr über Informationen zu bleiben, die von Dependancen des Unternehmens nach außen dringen. Die Unternehmenskommunikation strategisch auszurichten und sie weltweit auch rechtlich abzusichern wird zu einer unabdingbaren Voraussetzung eines störungsfreien Geschäftsbetriebs. Über solche Zeichen der Zeit, über juristische Fußangeln und Konsequenzen für Global Player und (Motor-)Journalisten, sprach PS-report mit dem Medienrechtler Prof. Dr. Georgios Gounalakis von der Philipps-Universität Marburg, Fachbereich Rechtswissenschaften, der engen Kontakt mit der Praxis pflegt und mit PricewaterhouseCoopers Veltins Rechtsanwalts-gesellschaft mbH kooperiert. Der zweite Teil des Interviews, der sich unter anderem mit Erlkönig-Fotos, Rückrufaktionen und Schmerzensgeldansprüchen gegenüber Medien befaßt, erscheint in der nächsten Ausgabe.*

## Aus dem Inhalt:

S. 7

*Erwachsene E-Klasse*

S. 10

*Hauptsache  
Untersuchung*

S. 12

*Techniktag Behr*

S. 15

*Kommunikation  
sichert Qualität*

S. 17

*Ursachen der  
Erderwärmung*

S. 20/23

*VW auf Nfz-Terrain*

S. 27

*Lancia Lybra*

S. 33/34

*Mai-Zulassungen*

S. 35

*Urteil der Woche*

## "Herr über die Information bleiben"

**?: Herr Professor, heute dreht sich alles um World Players. In allen Sprachen gehen oft gleich auch Nachrichten um die Welt, sobald hier in Deutschland jemand auf die Tasten eines Tickers oder eines Computers drückt. Muß man nicht befürchten, daß das Recherchieren für Journalisten immer schwieriger wird?**

**Prof. Gounalakis:** Man kann die Frage umdrehen: Ist das Recherchieren nicht viel einfacher geworden? Genauso schnell, wie Informationen um die Welt gehen, genauso schnell können heute Informationen aus aller Welt gesammelt werden. Die Zeiten, in denen große Redaktionsbüros in aller Welt aufgebaut und unterhalten werden mußten, sind allmählich vorbei. Jede einzelne Information findet den direkten Weg zum Journalisten sehr schnell.

**?: Trotzdem scheint Recherchieren schwierig zu sein, wenn beispielsweise im Internet eine Nachricht auftaucht, daß in irgendeinem Land eine Automobilfirma eine Rückrufaktion anlaufen lassen hat. Oder wenn es eine Bestechungsgeschichte gibt. In solchem Fall hat man ja gar keine Chance, selbst zu recherchieren. Man übernimmt die vermeintlichen Fakten. Wie sieht das juristisch aus?**

**Prof. Gounalakis:** Sie sprechen ein schwieriges Problem an. Lange Zeit waren wir gewohnt, national zu denken und das Recht an den Grenzen Deutschlands enden zu lassen. In anderen Ländern sah man das ähnlich. Heute beschäftigt uns das Phänomen der Globalisierung: die Globalisierung von Informationen, nicht nur aus der Autobranche, sondern aus allen Bereichen. Die Welt ist kleiner geworden: ein globales Dorf. Nationale Regelungen können die Dimension der Globalisierung von Informationen nicht erfassen. Europäische und internationale Regelungen sind als Lösungsansatz gefragt. Hier besteht aber noch ein großer Nachholbedarf. Um bei Ihrem Beispiel zu bleiben: Für den deutschen Sprachraum können wir bei der Verbreitung falscher Tatsachenbehauptungen deutsche Gerichte bemühen, aber mit Blick auf andere Sprachräume, in denen entsprechende Informationen weitergegeben worden sind, hieße das, nach dortigen Gesetzen vorzugehen. Das führt häufig zu divergierenden Entscheidungen ein und desselben Sachverhalts, weil die jeweilige nationale Rechtslage sehr unterschiedlich ausgestaltet ist.

»



*Medienrechtler  
Prof. Georgios  
Gounalakis  
hält  
"das Sieb  
der Wahrheit"  
für das  
wichtigste  
Handwerkszeug  
eines Journalisten.  
Foto: PS-report*

**?:** Ein hier arbeitender Journalist hat die deutschen Gesetze zu beachten. Bekommt er aber eine Information aus Singapur, die er verbreiten will, müßte er sich ja ans Singapur-Recht halten, oder?

**Prof. Gounalakis:** Ja, so etwa kann man das sagen. Ich kann Ihnen ein einfaches Beispiel nennen, es verdeutlicht die Situation sehr klar: Als besonders streng gilt etwa das englische Presserecht. Für jede Zeitung ist es ein Wagnis, das Risiko einzugehen, in England verklagt zu werden. Dort werden bei falscher Berichterstattung sofort enorme Schadenersatzsummen fällig. Zudem sind die Prozeßkosten immens und Prozeßkostenhilfe wird bei "label" oder "slander"-Klagen nicht gewährt. Die "Bild Zeitung" beispielsweise wurde vor einigen Jahren in England zur Zahlung hoher Summen verklagt, weil eine ihrer Berichterstattungen falsch war. Zwar wurde die "Bild Zeitung" nicht in England vertrieben, aber die Lufthansa hatte die "Bild Zeitung" in ihren Flugzeugen mitgeführt. Und in dem Moment, als das Flugzeug englischen Boden erreicht hat, die Zeitung also auf englischem Hoheitsgebiet war, fand - so die Richter - englisches Recht Anwendung. Daraus haben Verlage Konsequenzen gezogen. Der "Springer"-Verlag ordnete daraufhin an, daß die "Bild Zeitung" nicht mehr im Luftverkehr verfügbar ist. »



Chefredakteur:  
Wolfram Riedel  
Telefon: 0 30 / 99 29 29-25

Ausgabe 26 / 99  
Erscheinungsdatum:  
Montag 28.06.99

Redaktion: D-15366 Hönow/Berlin, Kaulsdorfer Str. 20, Tel.: 0 30 / 99 29 29-0, Fax: 0 30 / 99 29 29-0  
Herausgeber: Globus-Press GmbH & Co. KG, D-50767 Köln, Fröbelstraße 5c  
Internet: <http://www.ps-report.de> · E-Mail: [ps-report@globus-press.de](mailto:ps-report@globus-press.de)  
Bankverbindung: Volksbank Köln-Nord Konto 14 58 019 BLZ 370 694 29  
Abdruck honorarpflichtig (+ 16% MwSt.) und nur mit Urhebervermerk

**?: Wie aber soll sich der einzelne Journalist verhalten? Verbreitet er im Internet etwas - angenommen, er hat einen Pressedienst, der überall in der Welt per Internet abrufbar ist -, wäre er ja auch überall angreifbar. Könnte er im Falle des Falles den Gerichtsstand frei wählen?**

**Prof. Gounalakis:** Wir haben es bei Ihrem Beispiel mit dem deliktischen Gerichtsstand zu tun. Hier gilt das Tatortprinzip. Man unterscheidet zwischen Handlungs- und Erfolgsort. Handlungsort ist der Ort, an dem der Journalist die Informationen eingegeben hat. Und der Erfolgsort ist überall dort, wo sich die etwaige negative Berichterstattung auswirkt. Also gegebenenfalls die gesamte Welt. Die Frage lautet: Wo knüpft man an? In den USA stellt man auf die Last-Event-Rule ab, das heißt, auf den Ort des letzten Ereignisses, und das ist der Erfolgsort. Im deutschen Recht ist das anders. Dort stellt man teils auf den Handlungs-, teils auf den Erfolgsort ab. Wäre also Deutschland entweder Handlungs- oder Erfolgsort, käme deutsches Recht zur Anwendung.

**?: Bedeutet das nicht, daß jemand - egal ob Firma, Verband oder einzelner Journalist - damit rechnen muß, irgendwo in der Welt plötzlich verklagt zu werden, weil er im Internet etwas verbreitete?**

**Prof. Gounalakis:** Das ist eben die Kehrseite der Medaille. Wir können uns nicht nur auf die Vorteile des Internets berufen und uns freuen, daß sich Informationen auf diese Weise weltweit und schnell verbreiten lassen. Nicht zuletzt werden mit Hilfe des Internets teure Vertriebswege - beispielsweise auch in der Autobranche - eingespart. Wer Informationen weltweit verbreitet, ist überall dort verantwortlich, wo die Informationen abgerufen werden können. Die tatsächliche Rechtsverfolgung ist eine andere Sache. Da gibt es Grenzen, nämlich eine Kostenbarriere, das muß man klar sehen. Niemand kann sich leisten, überall auf der Welt Prozesse zu führen, die angesichts des divergierenden Rechts ja ganz unterschiedlich ausgehen können.

**?: Eine gewisse Gefahr bleibt aber immer. Das haben wir am Beispiel des Iran gesehen. Sobald es um religiöse Dinge geht und gar zum Mord an einem Schriftsteller aufgerufen wird, kann man sich nicht schützen. Irgendwie oder irgendwo scheint man auf dieser Welt immer gegen irgendein Recht zu verstoßen. Zumindest trifft das für die Medien zu. Mit diesem Thema sollte sich eine Weltorganisation befassen und Kurs auf ein einheitliches Recht nehmen.**

**Prof. Gounalakis:** Das ist richtig, aber eben schwierig. Zwar existieren auf UN-Ebene verschiedene Konventionen, die allgemeine Grundsätze aufstellen. Auf europäischer Ebene sichert etwa die europäische Menschenrechtskonvention den Schutz der Persönlichkeit ab. Aber wir haben noch keine effektiven völkerrechtlichen Vereinbarungen, aus denen individuelle Ansprüche der durch Negativberichterstattung Betroffenen hergeleitet werden können. Hinzu kommt, daß völkerrechtliche Verträge ohnehin sehr schwach sind, weil sich daraus kaum Rechtsfolgen herleiten lassen. Es gilt der Grundsatz: Je mehr Staaten an einem Abkommen beteiligt sind, desto geringer ist das Schutzniveau der materiellen Regelung.

**?: Welcher Quellen darf sich ein Journalist bedienen, wo kann er sich informieren?**

**Prof. Gounalakis:** Jeder darf sich aus allgemein zugänglichen Quellen informieren. Das garantiert der Grundsatz der Informationsfreiheit, wie er in Artikel 5 Absatz 1 des Grundgesetzes festgelegt ist. Jede Information, die rechtmäßig erlangt wird, darf verwertet werden. »

Rechtswidrig erlangte Informationen hingegen sind das Problem. Sie dürfen grundsätzlich nicht weiterverbreitet und weitergegeben werden. Es sei denn - und da gibt es eine eindeutige Rechtsprechung -, die rechtswidrig erlangte Information ist von überragendem öffentlichem Interesse, also hat einen überragenden Informationswert. Ich erinnere etwa an den Fall "Wallraff", an den Mann, der sich bei "Bild" unter dem falschen Namen "Hans Esser" als Redakteur in die Redaktionskonferenz eingeschlichen und sich so Informationen besorgt hat, die er später in seinem Buch "Der Aufmacher" verarbeitete.

### ? : Was gilt als Grundsatz?

**Prof. Gounalakis:** Grundsätzlich ist das rechtswidrige Erlangen von Informationen unstatthaft. Ein rechtswidriges Verwerten und Publizieren solcher Informationen ist ebenfalls grundsätzlich unstatthaft - es sei denn, die Information hat einen besonderen Öffentlichkeitswert.

? : Man stellt in Deutschland öfter fest, daß Nachrichtenmagazine etwa sehr genau über die Steuererklärung derjenigen Personen Bescheid wissen, über die sie gerade schreiben. Die Steuererklärung gilt in Deutschland aber eigentlich als etwas Geheimes. Ist es schon rechtswidrig, wenn sich ein Journalist Einblick in eine Steuererklärung verschafft?

**Prof. Gounalakis:** Ja, dies ist ein unzulässiger Eingriff in die Privatsphäre. Wenn sich jemand die Steuererklärung eines anderen durch Einbruch oder Diebstahl besorgt oder sie sich durch einen Informanten zuspielen läßt, ist das eine Information, die grundsätzlich nicht in die Medien gehört. Deshalb ist auch die Verbreitung unzulässig. Besteht allerdings ein überragendes öffentliches Interesse daran, dann ist es ausnahmsweise zulässig, diese Informationen zu verbreiten. Wann besteht ein öffentliches Interesse? - Das besteht regelmäßig, wenn Strafverfahren gegen Personen der Zeitgeschichte anhängig sind, also gegen Personen des öffentlichen Lebens, bei Amtsträgern, bei Politikern. Es kann im Einzelfall hier sehr wohl von Belang für die Öffentlichkeit sein zu wissen, ob derjenige, der Korrektheit in Sachen Steuern als Politiker predigt, in eigenen Dingen unkorrekt ist, etwa weil er Hausangestellte an der Steuer vorbei beschäftigt hat. Das berührt seine Glaubwürdigkeit, was für die Zulässigkeit der Informationsverbreitung spricht.

### ? : Ist von Belang, auf welchem Wege die Informationen beschafft wurden?

**Prof. Gounalakis:** Die Rechtsprechung unterscheidet sehr wohl, ob sich der Journalist oder der Verlag selbst aktiv am Rechtsbruch beteiligt hat. Grundsätzlich wird die aktive Beteiligung von den Gerichten als rechtswidrig erachtet, und das hat auch Auswirkungen auf die Zulässigkeit der Publikation, etwa bei der Abwägung, ob öffentliche Interessen betroffen sind. Wenn rechtswidrig erlangte Informationen - vom Verlag selbst oder vom Journalisten durch aktives Handeln, Einbruch usw. - besorgt wurden, spricht das grundsätzlich gegen die Zulässigkeit der Informationen. Damit signalisiert die Rechtsprechung, daß der Journalist rechtstreu zu sein hat. Etwas anderes gilt, wenn ihm Informationen zugespielt werden, die aus nicht ganz klaren Quellen kommen. Dann hängt die Zulässigkeit der Veröffentlichung regelmäßig davon ab, ob die Information ein überragendes öffentliches Interesse besitzt. Noch einmal zur Klarstellung: Im Grundsatz ist also nicht nur das rechtswidrige Erlangen einer Information unzulässig, sondern auch deren Publikation. Nur in seltenen Ausnahmefällen - bei überragendem öffentlichem Interesse - kann es zulässig sein, darüber öffentlich zu berichten.

»

**?: Herr Professor, welche Anforderungen muß eine moderne strategische Unternehmenskommunikation erfüllen? In welche Richtung müssen sich Großkonzerne, die World Players, entwickeln?**

**Prof. Gounalakis:** Sie müssen zuerst Herr über Ihre Informationen bleiben. Das ist der Ansatz einer modernen Kommunikationsstrategie. Kein Unternehmen kann sich heute mehr leisten, daß unkontrolliert, unkoordiniert von außen über das Unternehmen berichtet wird. Das führt zu desolaten Zuständen, wie wir an vielen Beispielen in jüngster Zeit sehen. Denken Sie an den Störfall bei Hoechst, an die Nazi-Gold-Geschichte der großen deutschen Banken! Plötzlich entwickeln einzelne Aspekte eine Eigendynamik, die problematisch für das Unternehmen werden können. Entscheidungsträger messen solchen Einzelinformationen oft nicht die Bedeutung zu, die ihnen eigentlich zukommt. Deshalb muß ein modernes Unternehmenskonzept vorsehen, daß man eine eigene Kommunikationsabteilung innerhalb des Hauses unterhält, d.h. Public Relations und vor allen Dingen Transparenz nach außen pflegt. Durch Transparenz erhöht man die Glaubwürdigkeit. Und von seiner Glaubwürdigkeit ist jedes Unternehmen abhängig. Nur dann verkauft es seine Produkte. Und nichts ist glaubwürdiger, als sich gegenüber der Öffentlichkeit zu öffnen und Entscheidungsvorgänge transparent zu machen. In der Regel haben die großen deutschen Konzerne auch nichts zu verbergen.

**?: Es gibt inzwischen zahlreiche PR-Agenturen, die den Großunternehmen Konzepte verkaufen, etwa Konzepte zu einer Krisen-PR. Wenn es soweit ist, muß da die Krise nicht schon da sein?**

**Prof. Gounalakis:** Vollkommen richtig. Da ist das Kind schon in den Brunnen gefallen. Die moderne Beratung - das gilt im Rechtsbereich genauso wie im PR-Bereich - fängt bereits frühzeitig an, indem man vorbeugend ein modernes Kommunikationskonzept entwickelt. Dann ist man von Anfang an auf der sicheren Seite: rechtlich und im PR-Bereich, was die Öffentlichkeitsarbeit angeht. Vorbeugung heißt die Devise, nicht Nachsorge. Manchmal fehlt es einfach an der Schärfung des Problembewußtseins. Viele Unternehmen haben sehr viele Jahre bestanden ohne eigene Abteilungen, die Öffentlichkeitsarbeit leisten, und agieren aus diesem Selbstverständnis heraus noch heute so. Ich glaube, hier muß eine Bewußtseinsänderung eintreten. Man muß erkennen, daß heutzutage eine Falschmeldung, eine schlechte Meldung, starke negative Auswirkungen auf das Unternehmen haben kann. Man muß frühzeitig ansetzen, dem vorzubeugen. Krisenpapiere mögen im Einzelfall, wenn es bereits zur Krise gekommen ist, sinnvoll sein, aber es ist viel wichtiger, Konzepte zu entwickeln, die das Unternehmen im öffentlichen Meinungsbildungsprozeß frühzeitig und langfristig begleiten. Dazu gehört nicht nur eine gute PR, sondern ebenso eine gute juristische Beratung, damit man weiß, welche Informationen verbreitet werden dürfen, gegen welche Informationen sich ein Unternehmen schützen kann, wie es im konkreten Fall juristisch agieren soll.

**?: Wenn wir von Unternehmenskommunikation reden, könnte man auch zum Thema "Schmierer und Geschmiertwerden" kommen. In südamerikanischen, aber auch in asiatischen Ländern gehört es dazu, Journalisten viel Gutes zu tun. Manchmal hat man den Eindruck, solche Ansätze auch in Europa beobachten zu können. Wie ist das rechtlich zu sehen?**

**Prof. Gounalakis:** Sie sprechen die Frage der Korruption an. Sie hat sich historisch im Bereich des Staates entwickelt. Korrupte Beamte, korrumpierte Politiker sorgen vor allem in Dritte-Welt-Ländern für bestimmte Vergünstigungen oder Beihilfen. »

Schmierer und Geschmiertwerden im Journalismus ist eine Frage, ob der einzelne Journalist sein Berufsethos verinnerlicht hat, d.h., ob er Dinge deshalb berichtet, weil er davon überzeugt ist und gut recherchiert hat, oder nur deshalb, weil er auf der Payroll eines Unternehmens steht. Das entscheidet letztlich über seine Glaubwürdigkeit. Geschmierte Journalisten verlieren ihre Glaubwürdigkeit. Sie haben ihren Beruf verfehlt.

**? : Welche rechtlichen Konsequenzen drohen dem geschmierten Journalisten?**

**Prof. Gounalakis:** In der Regel steht der Journalist in einem Vertragsverhältnis zu einem Verlag, entweder als angestellter Journalist oder als freier Mitarbeiter. Aus diesem Vertrag erwachsen Treue-, Verschwiegenheits- und Sorgfaltspflichten, und an diese ist er selbstverständlich gebunden. Bei Verletzung dieser Pflichten ist mit Konsequenzen für den einzelnen Journalisten zu rechnen. Er riskiert eine fristlose Kündigung oder setzt sich Schadenersatzansprüchen aus, wenn dem Verlag ein Schaden entstanden ist. Die Konsequenz für jeden Verlag muß sein, sich von solchen Journalisten unverzüglich zu trennen, wenn er auf Dauer Schaden von sich abwenden will.

**? : Was sollte ein Journalist recherchieren, welche Nachrichten sollte er verbreiten?**

**Prof. Gounalakis:** Diese Frage wird mir häufiger gestellt, insbesondere von Journalisten. Ich erzähle dann gern folgende Anekdote: Zu Sokrates kommt jemand und sagt: "Hast du schon gehört, was über deinen Freund gesprochen wird?" - Sokrates unterbricht den Nachrichtenüberbringer und sagt: "Hast du das, was du mir erzählen willst, schon durch die drei Siebe gesiebt?" - "Welche drei Siebe?" fragt der Nachrichtenüberbringer. - "So höre: Das erste Sieb ist das der Wahrheit. Hast du das, was du mir berichten willst, dem Wahrheitsgehalt nach überprüft?" - "Nein." - "Das zweite Sieb ist das der Güte. Entspringt das, was du mir über meinen Freund erzählen willst, einem guten Motiv deines Herzens?" - Der Nachrichtenüberbringer schwieg. "Das dritte Sieb: Ist das, was du mir über meinen Freund erzählen willst, in irgendeiner Weise mir oder meinem Freund nützlich?" - Der Nachrichtenüberbringer drehte sich um und verließ wortlos den Raum. Diese Anekdote, die vor leichtfertiger Rufschädigung - verursacht durch Gerüchte ebenso wie durch Negativberichterstattung der Presse - warnen will, zeigt sehr deutlich, wo die Sorgfaltspflichten der Journalisten ansetzen müssen. Das Sieb der Wahrheit ist für den Journalisten das wichtigste. *Hinter die Siebe der Nützlichkeit und Güte einer Nachricht kann man freilich bei der öffentlichen Berichterstattung Fragezeichen setzen, weil ein Journalist selbstverständlich auch Negatives aufdecken können muß. Allerdings ist und bleibt erste Journalistenpflicht: Sich nicht an Gerüchten beteiligen, keine ungeprüften Nachrichten weitergeben, sondern die Wahrheit sorgfältig recherchieren. Genau da setzen die Sorgfaltspflichten des Journalisten an.*

PS/Hans-U. Wiersch

## Eine Million Pkws von Mercedes?

In Rom erklärte Daimler-Chrysler-Vertriebsvorstand Dieter Zetsche, der Verkauf der Pkws von Mercedes-Benz laufe blendend, man habe Ende Mai im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 17 Prozent mehr Wagen verkauft, nämlich 420.000 Stück. Damit werde es wahrscheinlich, daß das Jahresziel von 950.000 Pkws übertroffen werde. Beim smart würden die kritischen 80.000 Stück in diesem Jahr voraussichtlich erreicht.

-PS-