

# Art—Lawyer

POST VOM ANWALT

Streit um Persönlichkeitsrechte in den neuen Medien

Medium: Werben und Verkaufen; Nr. 6/2008

## Post vom Anwalt

Die **Klagen gegen Medien** aufgrund von Persönlichkeitsrechtsverletzungen nehmen stark zu. Die Gründe: eine Flut von Boulevard-Formaten und teils fragwürdigen Online-Diensten.

**A**us der Traum: Im Januar berichtete die Stuttgarter Zeitung auf ihrer Internet-Seite, dass Berlins bekanntem Playboy Rolf Eden, 77, kurz vor der geplanten Trauung die 27-jährige Braut Brigitte davongelaufen war. Die Gegendarstellung folgte auf dem Fuß: Yvonne W., auf einem Foto in dem Beitrag über die angeblich geplante Hochzeit zu sehen, informierte darüber, dass sie weder die abgebildete „Brigitte“ sei noch jemals Rolf Eden heiraten wolle. **Rechtsstreitigkeiten** wie diese – immer öfter müssen sich Medienhäuser damit plagen. Manchmal sind es gravierende Verletzungen des Persönlichkeitsrechts, oft aber auch nur juristische Lappalien. Fakt ist: Eine ganze Branche profitiert davon: die Medienanwälte. Zu den Meistengagierten zählen derzeit Christian Schertz mit seiner Kanzlei Schertz Bergmann Rechtsanwälte, andere Vielbeschäftigte sind Matthias Prinz, Michael Nesselhauf und Johannes Eisenberg (siehe Kisten unten). Schertz und Kollegen hatten 2007 gut zu tun: Einer Schätzung aus der Branche zufolge nahmen die presserrechtlichen Streitigkeiten im vergangenen Jahr gegenüber 2006 um knapp 30 Prozent zu.

**Die Ursachen** sind vielfältig. Ein wesentlicher Aspekt ist die zunehmend medienunfreundliche Rechtsprechung. Sowohl das „Caroline-von-Monaco-Urteil“ des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte von 2004 als auch das „Stolpe-Urteil“ (2005) und der „Eera-Beschluss“ des Bundesverfassungsgerichts 2007 haben das Persönlichkeitsrecht gestärkt: Im erstgenannten Fall zum Schutz vor Fotoaufnahmen aus dem Alltagsleben und rein privaten Tätigkeiten. Das Stolpe-Urteil soll vor „mehrfachen Meinungsäußerungen“ schützen, der Eera-Beschluss vor allem vor Schilderungen aus dem Privatleben.

**Die Experten gehen davon aus, dass in den nächsten Jahren noch mehr geklagt wird**

erwidert. Zum einen habe ich herausgestellt, dass Sie nur diese zu eigen zu machen, zum anderen stelle ich darauf ab, dass die Informationen belegen kann.

**MICHAEL NESSELHAUF**  
Anfang dieses Jahres verließ Michael Nesselhauf gemeinsam mit neun Anwälten die Hamburger Kanzlei Busse Heberer Fromm, um sich mit den Kollegen unter dem Namen Nesselhauf Rechtsanwälte selbstständig zu machen. Der ehemalige Verlagsleiter des „Spiegel“ und Geschäftsführer des Manager-Magazin-Verlags machte in der Vergangenheit unter anderem als Anwalt des ehemaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder Furore. Weitere Mandanten waren Modedesignerin Jette Joop, Dieter Bohlen und US-Partygirl Paris Hilton sowie bekannte Sportstars wie Fußballer Michael Ballack.

**MATTHIAS PRINZ**  
Der Sohn des ehemaligen Axel-Springer-Vorstands Günther Prinz gehört zu den prominentesten Vertretern seiner Zunft. Er war der Anwalt von Caroline von Monaco, die nach einem langjährigen Rechtsstreit 2004 das berüchtigte „Caroline-Urteil“ erwiderte. Dem Klambüttel-Verlag machte er ebenfalls keine Freude: Prinz vertrat die schwedische Königsfamilie, als sie das Haus 2004 wegen diverser Titelgeschichten auf ein hohes Schmerzensgeld verklagte.

**CHRISTIAN SCHERTZ**  
Christian Schertz gründete im Jahr 2005 zusammen mit Simon Bergmann die Kanzlei Schertz Bergmann, zuvor war er für die Berliner Sozietät Hertin Ullig. Zu seinen Mandanten gehörten unter anderem die „Berliner Zeitung“ und der „Tagesspiegel“, die er bei einer Auseinandersetzung mit Ernst August Prinz von Hannover vertrat. Schertz zählt zudem eine Vielzahl von Prominenten zu seinen Klienten, darunter Günther Jauch und Thomas Gottschalk.

**Ein weiterer Faktor** ist das ausufernde Medienangebot – vor allem die rapide wachsende Zahl von Online-Auftritten. Das Unrechtsbewusstsein im Netz sei „noch immer nicht so ausgeprägt wie außerhalb“, sagt Dieter Nennen von der Berliner Kanzlei Rechtsanwältin Prof. Dr. jur. Dieter Nennen fest. Viele Websites suchen den Streit bewusst, weiß Matthias Prinz: „Hate Pages“ von im Unfrieden ausgeschiedenen Mitarbeitern oder enttäuschten Kunden bieten häufig keine objektive Information, sondern Diffamierung und üble Nachrede.“

Jens Brelle, Chef von Art-Lawyer – Kanzlei für Urheber und Medienrecht, macht die „Kommerzialisierung des Persönlichkeitsrechts“ als einen Hauptgrund aus: Castingshows und ähnliche Formate bieten seiner Ansicht nach ebenso viele Auslöser wie Boulevardmedien, die in ihrer Berichterstattung Privates von Prominenten gegen „Entgelt oder geldwerte Vorteile“ publizieren – nicht immer zur Freude der Betroffenen, die sich zügig juristisch wehren. Und das mit immer besseren Chancen, betont Dieter Nennen.

**Wegen in ihrem Namen geklagt wird**, wissen die Prominenten dabei nicht immer. Mittlerweile ist es üblich, dass die Mandanten ihren Anwälten Generalvollmachten erteilen, um ihnen bei Entdecken einer unliebsamen Geschichte die Möglichkeit zum schnellen Reagieren zu geben. Und das geht mit dem Internet immer einfacher: „Viele Anwälte beschäftigen eigens Studenten, die das Internet systematisch nach dem Namen eines Mandanten durchsuchen“, berichtet die Medienrechtlerin Frauke Ancker, Geschäftsführerin des Bayerischen Journalistenverbands. Und, Google sei Dank, schnell fündig werden.

Das anwaltliche Schreiben, das darauf folgt, bringt einer Kanzlei im Schnitt an die 800 Euro Honorar ein. Meist ist die Geschichte dann auch schon vom Tisch, denn in der Regel einigt man sich außergerichtlich. „Da wird viel an Rechtsposition aufgegeben“, bedeutet Ancker. Doch viele, vor allem kleinere Hilusler, haben nicht die finanziellen Möglichkeiten, eine Streitigkeit durchzuführen. Und auch größere Verlage scheuen vor einem Streit, der immerhin bis zu sechs Jahre dauern kann, zurück – auch weil über den gesamten Zeitraum hinweg Rücklagen für eine mögliche Schadenssumme gebildet werden müssten.

**Das sich der Trend** zur schnellen Klage wieder umkehrt, ist eher unwahrscheinlich. „Die Menge an rechtswidrigem Content wird noch zunehmen“, prognostiziert Dieter Nennen. Zugleich werde der „Konkurrenzdruck bei den Angeboten professioneller Inhalte weiter wachsen“ – manche Geschichte landet daher wohl zu schnell im Netz. Eine „Amerikanisierung“ mit „unverhältnismäßig hohen Gegenstandswerten“ befürchtet Jens Brelle aber nicht: „Die Rechtsprechung wird einer Ausuferung weiterhin Grenzen setzen.“

Manuela Pauker  Manuela.Pauker@www.de

Post vom Anwalt

© 2001-2008 Art Lawyer  
Seite (1/1)