

„Unsere Kritik wird nicht ignoriert“

Interview mit dem Geschäftsführer des Deutschen Presserats
über Boulevardmedien und Medienblogs

Er ist seit 1992 der Geschäftsführer und damit das Gesicht des Deutschen Presserats: der Jurist Lutz Tillmanns. Beim Presserat können sich Bürger über journalistische Fehlleistungen in Zeitungen, Zeitschriften und seit 2009 auch in journalistischen Online-Angeboten beschweren. Mit unserer Redakteurin Petra Hemmelmann sprach Lutz Tillmanns über Verfehlungen der Boulevardmedien, die Rolle der „Bild“ und den Einfluss von Medienblogs wie „topfvollgold.de“ und „bildblog.de“ auf seine Arbeit.

Herr Tillmanns, 2013 sind bei Ihnen 1347 Beschwerden eingegangen. Ist das im Vergleich zu den Vorjahren viel?

TILLMANNs: 2012 waren es genau 1500 Beschwerden, 2011 waren es 1323 und 2010 sogar 1661. Die Zahlen schwanken. Das liegt daran, dass wir in den vergangenen Jahren unterschiedlich viele Sammelbeschwerden hatten.¹ Im Rekordjahr 2010 gab es allein 200 Beschwerden gegen die „Titanic“ und ihre Papst-Berichterstattung sowie knapp 250 gegen die Berichterstattung über die Loveparade-Katastrophe. 2012 waren es 180 Beschwerden gegen das Papst-Cover der „Titanic“. Und auch eine Kolumne von Franz-Josef Wagner in der „Bild“ zog viele Beschwerden nach sich. Diese große Zahl von Sammelbeschwerden hatten wir 2013 nicht. Es war eher ein differenzierter Beschwerdestand mit sehr unterschiedlichen Themen. Nach der Vorprüfung blieben 465 Fälle, die der Beschwerdeausschuss diskutierte und für die er einen Spruch lieferte.

1 Von einer Sammelbeschwerde spricht der Presserat, wenn sich mindestens fünf Leser gegen eine Veröffentlichung wenden.

*Lutz Tillmanns,
Rechtsanwalt, ist seit
1992 Geschäftsführer
des Deutschen
Presserates.*

*Petra Hemmelmann,
Dipl.-Journ., ist
Promotionsstudentin
an der Katholischen
Universität Eichstätt-
Ingolstadt und
Redakteurin von
Communicatio Socialis.*

Aber der Presserat sprach nicht in jedem Fall eine Rüge aus.

Wir hatten im vergangenen Jahr 31 Rügen. Das ist ja nur das schärfste Verdikt, das der Presserat ausspricht. Diese Rügen – das ist Inhalt unserer Selbstregulierung – müssen auch veröffentlicht werden. Wobei man sagen muss, wir können keinen Verlag dazu zwingen. Es gibt immer einige, die die Selbstverpflichtungserklärung beim Presserat nicht unterschrieben haben. Aber alle großen Verlagshäuser haben das gemacht, insbesondere gut 93 Prozent der Zeitungshäuser. Bei den Zeitschriften ist es ein bisschen brüchiger.

Wer hat denn die Selbstverpflichtung nicht unterschrieben?

Wir haben ja schon seit 25 Jahren eine Selbstverpflichtungserklärung, was die Printmedien angeht. Da waren alle großen Verlagshäuser dabei. Bei der vor fünf Jahren nachgezogenen Online-Selbstverpflichtung ist dann das Haus Bauer außen vor geblieben. Der Bauer-Verlag hat auch einige Rügen der letzten Jahre daher nicht veröffentlicht.

Was passiert, wenn ein Verlag Rügen nicht veröffentlicht?

Wir machen das natürlich öffentlich. Wir können den Druck erhöhen und appellieren, aber wir können die Sanktionen des Presserats nicht exekutieren. Das widerspricht unserer Überzeugung als Einrichtung der freiwilligen Selbstkontrolle. Aber ich denke, dass sich auf lange Sicht das Bewusstsein der Leser verändert. Wer nachhaltig auf schlechte Qualität setzt was die Einhaltung der ethischen Regeln angeht, der wird dies sicherlich über kurz oder lang in sinkenden Leserzahlen bemerken.

Wer nachhaltig auf schlechte Qualität setzt was die Einhaltung der ethischen Regeln angeht, der wird dies über kurz oder lang in sinkenden Leserzahlen bemerken.

Boulevardmedien gelten als die bösen Buben des Journalismus. Inwiefern bestätigt sich das in den Zahlen des Presserats? Wie hoch ist der Anteil der Boulevardmedien an den Beschwerden?

Wir hatten 2013 insgesamt 910 Beschwerden anhand des Kodexes zu prüfen. Die Boulevardzeitungen waren dabei mit 167 Beschwerden vertreten. Die Publikumszeitschriften machten 175 Beschwerden aus, wobei wir da keinen Unterschied machen zwischen politischen Blättern wie „Spiegel“ und „Stern“ und Yellow Press wie „Frau im Spiegel“. Der Hauptanteil der Beschwerden entfiel aber auf regionale und lokale Tageszeitungen, die machen mit 385 Beschwerden allein deutlich mehr als ein Drittel aus.

Wenn Sie zurückblicken auf die vergangenen 20 Jahre, erkennen Sie dann eine generelle Veränderung im Verhalten der Boulevard- und Regenbogenpresse?

In 20 Jahren ist sehr viel passiert, vor allem ist das Online-Geschäft gewachsen und hat sich verändert. Ein Kontinuum aber ist, dass der größte Anteil der Beschwerden behauptete Verstöße



Lutz Tillmanns

gegen die klassischen handwerklichen Regeln sind – also wahrheitsgemäß zu berichten, journalistische Sorgfalt walten zu lassen. Ein großer Anteil der Beschwerden, vielleicht 25 Prozent, betrifft außerdem Fragen des Persönlichkeitsrechts. Ich denke immer noch, dass die publizistischen und handwerklichen Regeln in den von uns geprüften Medien insgesamt gut befließigt werden und sorgfältig gearbeitet wird. Aber insgesamt ist mein Eindruck aus der Arbeit des Presserats, dass in den vergangenen Jahren die vermuteten Verstöße im Bereich des Persönlichkeitsrechts und der Privatsphäre und auch in den Graubereichen der Trennung zwischen Redaktion und Werbeinhalten angestiegen sind.

Gibt es Unterschiede zwischen den Verstößen von Boulevardmedien, Yellow-Press und den auch stark vertretenen regionalen und lokalen Tageszeitungen? Sind es eher die Boulevardmedien, die gegen Persönlichkeitsrechte verstoßen?

Ich erinnere mich an die letzte Sitzung, da haben wir eine Rüge gegen die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ ausgesprochen, FAZ online. Es ging um dezidierte Krankheitsdaten des ehemaligen Limburger Bischofs Tebartz-van Elst. Eine kritische Berichterstattung, die grundsätzlich zulässig und gut war, aber da über das Ziel hinausgeschossen ist, wo man über eine vermeintliche psychische Erkrankung des Bischofs Mutmaßungen anstellte. Das ist ein klassischer Verstoß gegen die Wahrung des Persönlichkeitsbereichs und damit gegen Ziffer 8 gewesen und deshalb gerügt worden. Dabei ist die FAZ alles andere als ein Boulevardmedium. Bei der relativ begrenzten Zahl an Beschwerden,

die wir zu prüfen haben, ist die Feststellung allgemeiner Trends schwer und mit Vorsicht zu treffen. Ich kann nur sagen: Persönlichkeitsrechtsverletzungen kommen auch bei den klassischen Qualitätsmedien vor, häufiger allerdings im Boulevardbereich.

Würden Sie der These zustimmen, dass die Berichterstattung durch Boulevardmedien radikaler geworden ist?

Nein, radikaler ist sie nicht geworden. Es ist eine intensivere Berichterstattung festzustellen, insbesondere auf den digitalen Kanälen. Nicht von ungefähr ist das Beschwerdeaufkommen zunehmend auf Online-Inhalte bezogen. Wir hatten im vergangenen Jahr einen Anteil von 331 Print zu 534 Online-Beschwerden sowie 145 Fälle, in denen wir identische Inhalte in Print und Online hatten.

Die „Bild“-Zeitung ist ja einer ihrer größten „Kunden“. Wäre die deutsche Presselandschaft ohne die „Bild“ besser dran?

Nein! Sie wäre ärmer dran. Die „Bild“ ist ein wichtiges Organ, immerhin interessiert es Abermillionen Leser, was sie schreibt. „Bild“ und Presserat haben schon lange ein sehr kritisches Verhältnis, aber das ist auch nachvollziehbar. „Bild“ – und damit meine ich auch „Bild online“, „Bild am Sonntag“ und „B.Z.“, also die Boulevard-Flotte des Springer-Verlags – sind natürlich Dauerkunden des Presserats. Aber auf der anderen Seite ist auch der Presserat für die „Bild“ ein wichtiges Thema, wenn ich daran denke,

Springer nimmt intensiv am Presserat und seinen Verfahren teil, mit allen Fallstricken und auch mit der Tatsache, dass „Bild“ der größte Rüge-Kunde ist.

wie oft man medienethische Kritik des Presserats und medienethische Themen in die „Bild“-Zeitung gehoben hat. Das ist durchaus ein wechselseitiges Verhältnis. Die „Bild“-Zeitung und mit ihr der Springer-Verlag wissen darum, dass sie nicht über die Grenzen springen können – sie testen diese Grenzen zwar immer mal aus, aber letztlich hat der Verlag den Kodex unterschrieben. Mathias Döpfner persönlich hat die Selbstverpflichtungserklärung unterzeichnet. Springer nimmt intensiv am Presserat und seinen Verfahren teil, mit allen Fallstricken und auch mit der Tatsache, dass „Bild“ der größte Rüge-Kunde ist. Aber eben auch nicht der einzige.

Viel Verständnis vom Presserat für den Boulevard. Weil Boulevardjournalisten auch nur ihren Job machen?

Genau, sie machen ihren Job und der lebt eben stärker von Geschichten über Menschen – im Positiven wie im Negativen.

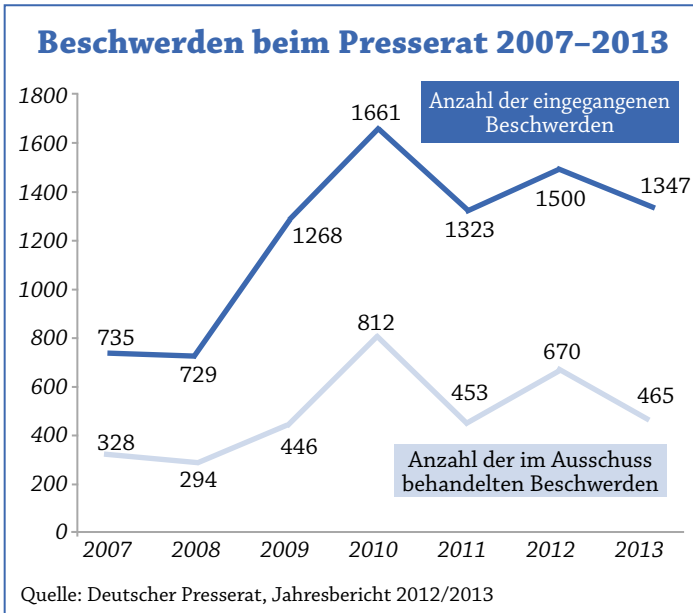


Abb. 1
Eingegangene
und behandelte
Beschwerden

So kommt es, dass wir häufig die Ziffern 8, 9 und 13, also die Fragen über die persönliche Ehre und Persönlichkeitsrechte, zu thematisieren und vielleicht auch zu rügen haben. Aber diese Rügen werden alle abgedruckt, inzwischen intensiver als noch vor Jahren, als es nur um Print ging. Da wurde die Rüge in Zwei- oder Dreizeiler verbannt. Jetzt haben wir überall die Kritik unmittelbar als Disclaimer an den digitalen Beiträgen stehen. Und Springer nimmt auch die Sprüche des Presserats ernster – wenn wir also ein Foto rügen, als ethisch angreifbar bewerten, dann nehmen sie es raus. Wobei ich jetzt aus der „Bild“ keineswegs eine mustergültige, ethisch vorbildlich arbeitende Zeitung machen möchte. Da gibt es genügend Kritik. Aber es ist eben nicht so, als würde unsere Kritik ignoriert.

Welche Themen haben Sie in den vergangenen Monaten besonders beschäftigt?

Wir erhielten im letzten Jahr eine größere Beschwerde des Medienblogs „Topfvollgold“. Die Betreiber haben sich mit der Yellow-Press-Szene auseinandergesetzt und insgesamt 20 einzelne Beschwerden eingereicht. Es ging um die Berichterstattung über Prominente, unter anderem um Spekulationen um den seelischen Zustand von Steffi Graf, um eine angebliche Scheidungstragödie von Angela Merkel und einen vermeintlichen Alkoholschock bei Stefan Mross. Fünf der 31 Rügen 2013 gehen auf

diese Beschwerden zurück. Wir haben eine grobe Verletzung der Sorgfaltspflichten und des Wahrheitsgebots feststellen können. Außerdem haben wir bei fünf weiteren der Beschwerden von „Topfvollgold“ Missbilligungen ausgesprochen.

Was halten Sie von solchen Schlagzeilen der Regenbogenpresse?

Die Regenbogenpresse lebt von Promi-Geschichten, bei denen einzelne Aspekte aus dem Leben von Prominenten zugespitzt werden – vor allem in der Überschrift. Aber schlichtweg falsche Berichte, die den Leser in die Irre führen und zum Teil jegliche Sorgfaltspflicht außer Acht lassen, sind mit den berufsethischen Grundsätzen nicht vereinbar. Der Presserat hat die Berichterstattungen daher mit der schärfsten Sanktion geahndet.

Inwieweit beeinflussen Medienblogs wie „Topfvollgold“ die Arbeit des Presserats?

Das tun sie natürlich, insbesondere der „Bildblog“. Das fing schon an, als Stefan Niggemeier ihn gründete und die „Bild“ beziehungsweise der Springer-Verlag zunächst die Beschwerdebefugnis eines Blogs und konkret dieses Blogs bestritt. Das hat sich dann allerdings nach einer Grundsatzentscheidung des Presserats erledigt. Wir haben im Plenum festgestellt, dass ein Blog natürlich ein zulässiger Beschwerdeführer ist. Aber er ist auch ein Beschwerdeführer, den wir komplett gleich wie alle anderen behandeln. Es ist nicht so, dass wir Beschwerden von Medienblogs in irgendeiner Form besonders bewerten oder ein besonderes Verfahren dafür hätten.

Wo kein Kläger, kein Verfahren – im System des Presserats muss es immer jemanden geben, der eine Beschwerde einreicht. Erfüllen Medienblogs insofern eine komplementäre Funktion für den Presserat?

Ich halte die Arbeit der Medienblogs tatsächlich für eine Unterstützung unserer Arbeit, eine Ergänzung. Ich sehe darin alles andere als eine Konkurrenz. Wir werden ja in die gleiche Richtung tätig – wir setzen uns mit Qualität in den Medien auseinander, nur an unterschiedlichen Tischen. Und wir benötigen, soweit würde ich gehen, eine solche Form der Kooperation. Es wäre natürlich operationell schwierig, wenn ein Blog auf die Idee käme, tausende Beschwerden einzureichen. Diese Art Medienkritik müssten wir anders behandeln. Aber grundsätzlich sind Medienblogs eine sehr sinnvolle und notwendige Ergänzung der Medienselbstregulierung.

Die Arbeit der Medienblogs ist für den Presserat eine Unterstützung seiner Arbeit, eine Ergänzung. Das ist alles andere als eine Konkurrenz.

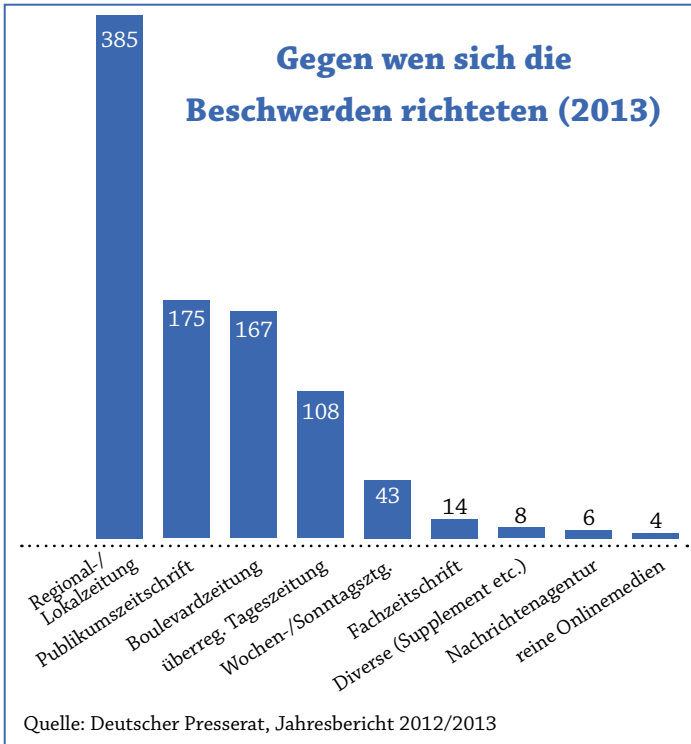


Abb. 2
Gegen wen sich die
Beschwerden beim
Presserat richten

Der Presserat setzt als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle auf Überzeugungsarbeit und den guten Willen der Verlage. Haben Sie sich in den letzten 20 Jahren mal gewünscht, mehr Macht in der Hand zu haben?

Ja natürlich, das wünscht man sich immer mal wieder. Aber wenn man dann reflektiert, dann ist das doch nicht geeignet. Ich glaube, dass man mit Kanonenkugeln nicht auf Spatzen schießen kann. Wobei ich aus ethischen Verfehlungen nicht Spatzen machen möchte. Vielfach ist eben das Florett unser Mittel und weniger das Schwert. Einfach weil uns daran gelegen ist, dass für die Zukunft eine bessere Qualität unter Einhaltung der ethischen Regeln angestrebt wird. Wir setzen nachhaltig auf die Einsicht und auf die Überzeugung, auf den kritischen Blick der Leserschaft. Das ist eine Gesamtveranstaltung so eine Selbstregulierung. Je mehr Bürgerinnen und Bürger sich damit kritisch auseinandersetzen, sie auch in Anspruch nehmen, umso eher wird journalistische Ethik eingehalten. Insofern würde das Ausprechen von Verboten, was uns ohnehin nicht zusteht, gar nicht so viel helfen. Ich denke, dass das adäquate Mittel die verlässliche, kontinuierliche Sorge und das sich Beschäftigen mit journalistischer Qualität ist.

Zum Thema Spatzen und Kanonen: Der „News-of-the-World“-Skandal in Großbritannien war sicher kein Spatz. Ist so ein Fall auch in Deutschland denkbar?

Ich glaube nicht, dass das in dieser Form in Deutschland möglich ist. Das Verhältnis Presse-Politik hat eine ganz andere Geschichte und in Deutschland ist ein breiteres publizistisches Wirtschaften feststellbar, die Konkurrenz ist nicht so konzentriert auf die klassischen Boulevardmedien wie in England. Was ich in England festgestellt habe, ist, dass viele Warnmechanismen und Verbotssysteme nicht funktioniert haben. Dass es flächendeckend offenbar Usus war, Telefonate abzuhören, das kann ich mir – ja, das will ich mir – in Deutschland nicht vorstellen. Man weiß inzwischen viel über die NSA, aber dass dies Medien betreiben, halte ich für ausgeschlossen. Selbstverständlich würden wir, wenn wir das mitbekämen, rügen. Ich bin mir aber auch sicher, dass die Staatsanwaltschaft und die Polizei sofort darauf reagieren und Untersuchungen aufnehmen würden.

Ich finde, man lernt aus solchen Eklats auch etwas über die Art und Weise von Selbstregulierung. Es ist in England anders als in Deutschland eine Ausrichtung der Selbstregulierung ausschließlich auf verlegerische Aktivitäten zu verzeichnen gewesen. Die „Press Complaints Commission“, unser Pendant, ist sehr stark aus der Verlagsbranche beschickt worden. Da waren Journalisten, Journalistenverbände und -gewerkschaften gar nicht beteiligt. Das ist hier anders. Hier sind Sozialpartner automatisch unter dem Dach des Presserats an einen Tisch gesetzt. Das hat eine andere Struktur und letztlich auch ein anderes Selbstverständnis.

Wie zufrieden sind Sie momentan mit der deutschen Presselandschaft?

Ich bin nie zufrieden mit der Einhaltung der Ethik – sonst würde ich den Job nicht mehr machen. Das ist wohl eine Berufskrankheit. Ich habe immer – wie viele andere, hoffe ich – eine kritische Sicht auf das, was publiziert wird und wünschte mir auch in vielen Bereichen ein höheres wirtschaftliches Engagement für Redaktionen. Dass inzwischen viele Redaktionen aufhören müssen zu arbeiten, einfach verkauft werden oder ihre Besetzung runterfahren, halte ich nicht für glücklich. Ich glaube, dass guter Journalismus auch im Internetzeitalter möglich ist, dass gerade jetzt sogar besondere Chancen für guten Journalismus da sind. Der Beruf des Journalisten und der Journalistin ist deshalb im Moment auch einer der spannendsten Berufe, die man sich so vorstellen kann. Ich bin mir aber auch sicher, dass immer ein kritischer Begleiter des Journalismus in Form von freiwilliger Selbstkontrolle da sein muss.