

Strobl / Stenitzer

Medien. Recht. Ethik

Grundlagen des Medien- und Urheberrechts und ethische Aspekte in der nichtkommerziellen Mediengestaltung



Medien.Recht.Ethik

Carla Stenitzer
Walter Strobl
2019

IMPRESSUM

Herausgeber:

COMMIT
Community Medien Institut für Forschung, Weiterbildung und Beratung
Prinz-Eugen-Straße 72 / Top 1.5
A-1040 Wien
www.commit.at

Projektleitung und Redaktion: Carla Stenitzer
Layout/Satz: Dennis Grömer

Struktur, Haupttext, Übersichtsgrafiken: © Mag. Walter Strobl, 2019
Praxistipps, ethische Aspekte der täglichen Medienarbeit, Checklists: © Carla Stenitzer MA, 2019
Illustrationen: © Dipl. Des. Silke Müller, 2019, silkemueller.net



Lizenz: CC BY-NC-ND

Namensnennung – Nichtkommerziell – Keine Bearbeitung 4.0 International

Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.de>

Originalwerk abrufbar unter <http://www.commit.at>. Dort finden sich auch weitere Materialien für die Medienpraxis, wie Musterdrehgenehmigung oder Links zu Portalen mit freien Inhalten.

Weitere Informationen zu medienethischer Berichterstattung sowie Workshop-Unterlagen im Rahmen des Projekts EMAC - Ethical Media for Active Citizenship unter <http://www.ethicalmediatraining.eu>

Gefördert aus Mitteln der RTR Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH / Nichtkommerzieller Rundfunkfonds.

Vorwort des Herausgebers

Wer Medieninhalte gestaltet, um am öffentlichen Diskurs teilzunehmen, übernimmt Verantwortung. Auf diversen Netzplattformen und auf den Social Media Plattformen verschwimmt die Grenze zwischen öffentlich und privat allerdings oft derart, dass sich viele Menschen dieser Verantwortung nicht bewusst sind. Hier ist kritische Medienkompetenz gefragt, wie sie im nichtkommerziellen Rundfunk seit seiner Gründung vor über 20 Jahren ein wesentliches Anliegen ist.

Wer sich öffentlich äußert, sollte sich neben der Frage nach dem zu kommunizierenden Anliegen stets auch überlegen: In welchem rechtlichen Rahmen bewege ich mich mit meinem Thema und meiner Gestaltungsidee und was bedeuten meine Äußerungen für andere? Das lässt sich auch auf die einfache Formel: - Was will ich sagen? – Wie darf ich´s sagen? – Was ist ethisch gesehen ok?

bringen und gilt für alle, die sich öffentlich äußern. Denn Medieninhaber*in und damit rechtlich verantwortlich ist bereits, wer regelmäßig Inhalte auf Social Media Plattformen veröffentlicht.

Dass Radio- und Fernsehstationen ihre Inhalte heute längst nicht mehr nur über den klassischen Weg der linearen Ausstrahlung via Kabel oder Äther verbreiten, schafft aber auch hier eine weitere Herausforderung. Vieles wird über kommerzielle oder nicht-kommerzielle Social Media Plattformen angeboten und bleibt permanent abrufbar. Die einstige Flüchtigkeit des linear verbreiteten Programms, bei der man darauf setzen konnte, dass sich kleine Fehler „versenden“, existiert nicht mehr. Das Internet vergisst nichts.

Die gesetzlichen Regeln zu kennen und zu beachten ist schon deshalb wichtig, weil Klagen gegen medien- oder urheberrechtliche Bestimmungen schnell teuer werden können. In Zeiten, in denen kein Tag ohne Desinformation und Hasssprache vergeht, verschwimmen aber auch die Grenzen des Sagbaren. Denn Vieles, was rechtlich noch in Ordnung wäre, trägt nicht eben zu einem konstruktiven Diskurs oder einem positiven Gesellschaftsklima bei. Ethische Maßstäbe zu diskutieren, festzulegen und einzuhalten ist ein Gebot der Stunde.

Die vorliegende Handreichung will eine praktische Orientierungshilfe sein. Sie richtet sich in erster Linie an Menschen, die Medieninhalte im Freien Radio, im Community TV oder auf anderen Plattformen gestalten. In Zeiten, in denen so gut wie jede gesellschaftlich relevante Kommunikation über Medien erfolgt, kommt sie aber hoffentlich auch anderen am Thema Interessierten zu Gute.

Unser Dank gilt allen, die zum Werden dieser Unterlagen beigetragen haben:

In erster Linie den AutorInnen, Carla Stenitzer und Walter Strobl, sowie Silke Müller, die sich für die anregenden Illustrationen verantwortlich zeichnet. Wertvolle Beiträge zur Entstehung haben auch die Teilnehmer*innen der vorbereitenden Konzeptionsworkshops geleistet. Alexander Warzilek öffnet mit seinem Gastbeitrag einen Einblick in Arbeit und Funktion der medienethischen Instanz Presserat, danke dafür!

Darüber hinaus sei RA Drin. Maria Windhager an dieser Stelle ein ganz besonderes herzliches Dankeschön gesagt, die uns seit dem Start des nichtkommerziellen Rundfunks stets mit Rat und Tat zur Seite stand und steht. Ihre langjährige juristische Expertise ist von unschätzbarem Wert.

Wir hoffen, dass diese Handreichung zur erhöhten Aufmerksamkeit für rechtliche und ethische Aspekte und mehr Achtsamkeit bei der Mediengestaltung beiträgt. Möge sie uns einen Schritt weiter bringen auf dem Weg in die so dringend notwendige medienmündige „Redaktionelle Gesellschaft“.

Barbara Eppensteiner und Helmut Peissl (COMMIT – Community Medien Institut)

Gastbeitrag von Alexander Warzilek

Zum Verhältnis von Medienrecht und -ethik

Medien kontrollieren Staat und Gesellschaft. Sie sind „Watchdogs“ im Interesse der Allgemeinheit. In einer Demokratie müssen sich aber auch die Medien kontrollieren lassen. Diese Kontrolle erfolgt zum einen durch die Gerichte, die für die Vollziehung des Medienrechts zuständig sind, und zum anderen durch den Österreichischen Presserat, der an der Medienethik anknüpft.

Medienrecht ist eine sehr umfassende Materie. Es reicht von den Voraussetzungen für eine Lizenz für ein Fernseh- oder Radiounternehmen über die Presseförderung (staatliche Zuschüsse für Zeitungen) bis zum Schutz der Persönlichkeitsrechte der Personen, über die in den Medien berichtet wird.

Medienrecht (was ist rechtlich erforderlich?) und Medienethik (wie sollen sich Journalisten verhalten und wie formuliert man als Journalist verantwortungsvoll?) sind zwei voneinander abgegrenzte Bereiche. Das Medienrecht beantwortet die Frage „Wie muss man sich verhalten?“, die Medienethik dagegen „Wie soll man sich verhalten?“.

Medienethik reicht grundsätzlich weiter und stellt höhere Anforderungen an die Medien als die Rechtsordnung. So ist z.B. die Diskriminierung einer gesellschaftlichen Randgruppe in einem Artikel medienethisch verwerflich, (zivil-)rechtlich aber nur schwer verfolgbar. Auch bei der Suizidberichterstattung ist die Medienethik strenger und berücksichtigt auch auf die Gefahr, dass durch eine detailgetreue Beschreibung eines Suizids andere suizidgefährdete Personen dazu verleitet werden könnten, auf ähnliche Weise Suizid zu begehen.

Beim Persönlichkeitsschutz (dem Schutz des Einzelnen vor Eingriffen in dessen Persönlichkeit durch die Medien) gibt es starke Überlagerungen zwischen Medienrecht und Medienethik. Die wichtigsten Bereiche des Persönlichkeitsschutzes sind der Schutz der Privat-/Intimsphäre, der Schutz der Menschenwürde, der Schutz der Ehre und des wirtschaftlichen Rufes sowie der Bildnisschutz.

Mediensebstkontrolle durch den Presserat

Selbstkontrolle (durch den Österreichischen Presserat) hat gegenüber staatlicher Kontrolle (durch die unabhängigen Gerichte) den Vorteil, dass dadurch die nötige Distanz zum Staat gewahrt bleibt und die Unabhängigkeit der Medien gestärkt wird.

Der Presserat ist für die Kontrolle der Printmedien und deren Webseiten zuständig. Er sorgt für die Sicherung der redaktionellen Qualität und fördert verantwortungsvollen Journalismus. Die folgenden sechs Journalisten- und Verlegerorganisationen sind die Träger des Presserats: die Journalistengewerkschaft gpa-djp, der Verband Österreichischer Zeitungen, der Presseclub Concordia, der Regionalmedienverband, der Fachmedienverband und der Verein der Chefredakteure.

Die Selbstkontrolle beim Presserat üben drei unabhängige und weisungsfreie Senate mit jeweils elf Mitgliedern (davon zehn Journalistinnen und Journalisten) aus. Die Senate bewerten einzelne Artikel nach medienethischen Grundsätzen, die im Ehrenkodex für die österreichische Presse festgelegt sind.

Die wichtigsten Punkte des Ehrenkodex betreffen:

- die Verpflichtung zur Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten;
- den bereits zuvor erwähnte Persönlichkeitsschutz (u.a. Schutz der Menschenwürde, Ehre und Intimsphäre);
- ein Diskriminierungsverbot (z.B. von Frauen, Migranten oder gesellschaftlichen Randgruppen);
- das Verbot von Einflussnahmen von außen auf redaktionelle Beiträge (aus dem die Senate auch die Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten ableiten);
- die Zurückhaltung bei der Suizidberichterstattung.

Jede Leserin und jeder Leser kann eine schriftliche Mitteilung über einen Artikel an den Presserat machen (ein kurzes E-Mail genügt) und eine medienethische Überprüfung anregen. Der zuständige Senat des Presserats entscheidet dann, ob er es für notwendig hält, wegen des Artikels ein Verfahren einzuleiten. Das Verfahren ist kostenlos. In Ausnahmefällen starten die Senate eigenständig – also ohne Eingabe von außen – ein Verfahren, nämlich dann, wenn ein besonders gravierender medienethischer Verstoß zur Diskussion steht und sich niemand deswegen an den Presserat gewandt hat. Man spricht in diesem Zusammenhang vom „Selbstbefassungsrecht“ der Senate. Im Falle eines Verfahrens wird das betroffene Medium eingeladen, eine Stellungnahme abzugeben. Etwaige Ethikverstöße stellen die Senate in Entscheidungen fest. Diese Entscheidungen werden auf der Webseite des Presserats (www.presserat.at), in den sozialen Medien und mittels Presseausendung publik gemacht. Zahlreiche Zeitungen berichten über die Entscheidungen und die Ethikverstöße.

Die Entscheidungen des Presserats haben in erster Linie Mahn- und Appellcharakter, aber auch eine gewisse „Prangerwirkung“. Für die betroffenen Medien ist es durchaus schmerzhaft, wenn ein unabhängiges Fachgremium der Branche einen Ethikverstoß aufzeigt. Durch die Bekanntgabe seiner Entscheidungen möchte der Presserat zudem einen öffentlichen Diskurs über medienethische Probleme in Gang bringen. Der Diskurs soll nicht nur in der Branche, sondern auch in der Allgemeinheit stattfinden. Anders als die Gerichte kann der Presserat keine Strafen aus- bzw. Schadenersatz zusprechen.

Die Senate des Presserats stellten u.a. in diesen Fällen Ethikverstöße fest: wegen eines redaktionell aufbereiteten Artikels über „trendige Möbel für das Kinder- und Jugendzimmer“ mit überwiegend Werbesprache, der nicht als Werbung gekennzeichnet wurde; wegen eines erfundenen Interviews mit der Witwe eines Mordopfers; wegen eines Artikels über einen Obsorgerechtsstreit, in dem die Kinder wegen verschiedener detaillierter Angaben für ein gewisses Umfeld identifizierbar waren; wegen der Veröffentlichung eines Videos, das einen Sportler beim Blutdoping zeigt; wegen der Bezeichnung von Conchita Wurst als „verhaltensgestört“ und „krank“; wegen der Veröffentlichung eines Videos über die Ermordung von fünf Mitgliedern einer Drogenbande in Mexiko; wegen Berichten über Details zur brutalen Ermordung eines tschetschenischen Kindes; wegen der Bezeichnung „Ungeziefer“ für die Gruppe der Einbrecher; wegen des Vergleichs von Flüchtlingen mit Ratten; wegen der bloßen Spekulation, dass eine Gruppe von Vergewaltigern Roma und Sinti sein könnten; wegen der detaillierten Schilderung des Suizidhergangs von DJ Avicii; wegen der Veröffentlichung von Bildern trauernder Angehöriger bei einem Begräbnis eines Mordopfers.

Keine Verstöße waren: die Bezeichnung von Bundeskanzlerin Bierlein als „High-Class-Oma“ in einem Kommentar; eine vernichtende Kritik eines auch im Internet außergewöhnlich schlecht bewerteten Restaurants.

Der Presserat nimmt ferner zu grundsätzlichen Fragen zur Pressefreiheit Stellung und organisiert Veranstaltungen zu diesem Thema.

Fallstatistik
Presserat:
2012: 145 Fälle;
2013: 155 Fälle;
2014: 238 Fälle;
2015: 255 Fälle;
2016: 307 Fälle;
2017: 320 Fälle
2018: 302 Fälle.

Alexander Warzilek, Geschäftsführer Österreichischer Presserat

I. INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	1
Was sind Medien?	1
Meinungsfreiheit und ihre Grenzen	1
Die großen Fragen	1
Der Beitrag von Ethik zum Verständnis gesetzlicher Regeln	2
Zum Selbstverständnis dieses Skriptums	2

I. RUNDFUNK IN ÖSTERREICH	3
1. Demokratie, Meinung, Medien	3
2. Besonderheiten des Rundfunks	3
3. Das duale Rundfunksystem und seine drei Säulen	4
3.1. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	4
3.2. Privater Rundfunk	4
3.2.1. Privat-kommerzieller Rundfunk	4
3.2.2. Nicht-kommerzieller Rundfunk (Freie Medien)	4

II. WAS DARF ICH VERWENDEN?	
Verwendungsregeln für fertiges Material und eigene Aufnahmen	5
1. Überblick	5
2. Geschützte Inhalte	5
2.1. Kultur und Gesellschaft	5
2.2. Werkschutz (Urheberrecht im engeren Sinn)	6
2.3. Leistungsschutz (Urheberrecht im weiteren Sinn)	8
2.4. Sonstige Schutzrechte	9
2.4.1. Das Hausrecht	9
2.4.2. Persönlichkeitsrechte	10
3. Verwendung von Geschützten Inhalten	11
3.1. Gesetzliche Erlaubnis (Zitate & Co)	11
Exkurs: Branchenspezifische Änderungen	12
3.2. Erlaubnis über Verwertungsgesellschaften	13
3.3. Erlaubnis direkt von Rechteinhaber*in	13
Exkurs: Creative Commons	14
4. Checklists für die Rechtklärung	15

III. WAS DARF ICH SAGEN?	
Regeln für die Aussage von Medieninhalten	18
1. Meinungsfreiheit, Medien, Verantwortung	18
2. Vorgaben im Gemeinschaftsinteresse	19
2.1. Meinungsfreiheit im Dienst von Demokratie und Teilhabe	19
2.1.1. Informationsqualität	19
2.1.2. Regeln für Transparenz in der Information	20
Exkurs: Impressum und Offenlegung (§§ 24 und 25 MedienG)	21
2.2. Schranken der Meinungsfreiheit im Gemeinschaftsinteresse	22
3. Schutz von Einzelinteressen (Persönlichkeitsschutz)	23
3.1. Schutz des Ansehens in der Gesellschaft	24
3.2. Schutz der Privat- und Geheimsphäre	25
3.3. Zulässigkeit von Eingriffen	26
Exkurs: Journalistische Sorgfalt	28
Exkurs: Redaktionsgeheimnis	29
4. Checklist für die Veröffentlichung meiner Produktion	30

EINLEITUNG

WAS SIND MEDIEN?

Medien sind Transportmittel für die Übertragung von gedanklichen Inhalten, sie ermöglichen Kommunikation. Einerseits gibt es die Individualkommunikation, die zwischen zwei oder einigen Menschen stattfindet. Demgegenüber steht die Massenkommunikation, die ihre Inhalte an eine Vielzahl von Menschen vermittelt. Wenn in weiterer Folge von Medien die Rede ist, sind **Massenmedien** gemeint.

Darunter fallen aber nicht nur die klassischen **Print- und Rundfunkmedien**, also Zeitungen und Zeitschriften, Radio und Fernsehen. Deshalb gelten die Spielregeln für Medien grundsätzlich auch für **Flugzettel und Flyer**, für „private“ **Webseiten** oder für **Social-Media Kanäle**. Die Person, die für die inhaltliche Gestaltung eines Mediums die Letztverantwortung trägt, ist der/die Medieninhaber*in. Damit sind alle, die eine eigene Website, ein Facebook- oder Twitter-Profil betreiben, Medieninhaber*innen. Das bringt medienrechtliche Verantwortungen, aber auch Privilegierungen mit sich.

Ein **Medium** ist „jedes Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen [...] mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Wege [...] der Massenverbreitung“
§1 Abs1 Ziff1 MedienG

MEINUNGSFREIHEIT UND IHRE GRENZEN

Eine wesentliche Grundlage jeder Demokratie ist die Meinungsfreiheit. Sie umfasst sowohl die Äußerung, als auch den Empfang von gedanklichen Inhalten, von Nachrichten und Ideen. Die Meinungsfreiheit ist dabei aber nicht schrankenlos. Der Schutz von Rechten anderer und von gesellschaftlichen Werten setzt der Meinungsfreiheit mehr oder weniger klar definierte Grenzen. Bei der Erstellung von Medienbeiträgen ist deshalb eine Vielzahl von **rechtlichen Bestimmungen** zu beachten. Im Wesentlichen lassen sich diese Regeln aber auf zwei Grundfragen reduzieren.

DIE GROSSEN FRAGEN

Was darf ich verwenden?

Wann und wie darf ich Medieninhalte, die ich nicht selbst hergestellt habe, sondern die von Dritten stammen, für einen Radio- oder Fernsehbeitrag, für eine Website oder einen Printbeitrag verwenden? (z.B.: Passagen aus Büchern, fertige Fotos oder Musik von Tonträgern; aber auch selbstaufgenommene Reden, Konzerte oder Fotos)

Dabei ist vor allem das **Urheberrecht** von Bedeutung. Alle, die Medieninhalte herstellen, investieren Zeit, Schweiß, Kreativität oder Kapital. Dieser Aufwand wird gesellschaftlich honoriert, indem geistiges Eigentum, ebenso wie materielles Eigentum, geschützt wird. Alle, die bestehende Medieninhalte nützen wollen, müssen deshalb sicherstellen, dass die jeweilige Verwendung auch erlaubt ist. Der Meinungsfreiheit sind damit durch die Eigentumsfreiheit bestimmte Grenzen gesetzt.

Was darf ich sagen?

Wann darf ich die Identität von Personen nennen, was ist öffentlich, was privat? Wo endet zulässige Kritik, was darf ich dem Einzelnen zum Vorwurf machen, was Gruppen von Menschen? Was ist Objektivität? Wo verlaufen die Grenzen zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung?



Hier geht es um den **Schutz der Personen**, über die berichtet wird (v.A. Ehre und Privatsphäre) und um den Schutz von gesellschaftlichen Interessen, wie **Demokratie** oder **öffentlichen Frieden**. Warum das wichtig ist? Medien wenden sich an eine Öffentlichkeit und prägen die Meinung der angesprochenen Menschen. Deshalb ist die Erstellung von Medieninhalten mit Verantwortung verbunden. Der Meinungsfreiheit sind durch Gemeinschaftsinteressen und Interessen Einzelner bestimmte Grenzen gesetzt. Die Regeln in diesem Bereich sagen uns worauf wir bei der inhaltlichen Aussage eines Beitrags achten müssen.

Der Aufbau dieses Skriptums folgt deshalb auch diesen beiden großen Fragen und möchte sich weniger in den Details der einzelnen gesetzlichen Bestimmungen verlieren.

DER BEITRAG VON ETHIK ZUM VERSTÄNDNIS GESETZLICHER REGELN

Ethik ist die Lehre vom richtigen Handeln. Es geht um Maßstäbe für gerechtes Handeln und um Folgen von Handlungen. Wie bereits im Gastbeitrag von Alexander Warzilek beschrieben, folgen ethische Richtlinien oft höheren Standards als gesetzliche Vorgaben. Während **Gesetze** festlegen, **was man tun muss**, legen **ethische Richtlinien** fest, **was man tun sollte**. Ethische Leitlinien können also da ansetzen, wo Gesetze etwas erlauben, moralische Gründe dennoch dagegen sprechen. Sie fließen in freiwillige Selbstbindungsregeln ein, wie dem **Ehrenkodex** des österreichischen Presserates. Zum anderen fußen gesetzliche Regeln sehr oft auf ethischen Überlegungen. Bei gesetzlichen Lösungen geht es nämlich oft um Wertungen und die Entscheidung von Interessenskonflikten. Etwa wenn Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsschutz gegeneinander prallen oder wenn Meinungsfreiheit und Eigentumsfreiheit gegeneinander abgewogen werden. Die Beschäftigung mit ethischen Fragen kann deshalb sehr anschaulich den Sinn von Gesetzen offen legen.

Der gesamte **Ehrenkodex** des österreichischen Presserats im Detail: <https://www.presserat.at/>

ZUM SELBSTVERSTÄNDNIS DIESES SKRIPTUMS

Dieses Skriptum möchte daher den Blick auf die ethischen Überlegungen hinter den trockenen Paragraphen lenken, auf die Wertungen und Interessen, die der Grund sind, für konkrete gesetzliche Lösungen. Die Beschäftigung mit dem Sinn von Regeln und die Sensibilisierung für ethische Fragestellungen sollen ein Gespür für die Materie vermitteln. Daneben soll die Darstellung von Zusammenhängen und Wechselwirkungen einen Überblick und ein grundlegendes Verständnis erleichtern.

Dabei wird nur auf die wichtigsten medienrelevanten Regeln eingegangen und mit Vereinfachungen gearbeitet. Manches ist in der juristischen Realität wesentlich komplexer. Für eine **korrekte rechtliche Beurteilung** sind deshalb im Einzelfall die **einschlägigen Bestimmungen** und Entscheidungen bzw. **fachliche Beratung** heranzuziehen.

Ganz verzichten auf gesetzliche Bestimmungen kann man aber natürlich nicht, in einem Skriptum für Urheber- und Medienrecht. Zur Weiterführung und Vertiefung wird deshalb auf die **entsprechenden Gesetzesstellen** verwiesen. **Praxistipps (grün)** und **ethische Aspekte der täglichen Medienarbeit (blau)** finden sich in farblich gekennzeichneten Kästen. In den Grafiken und Checklists am Ende der Kapitel werden die wichtigsten To-Dos für eigene Produktionen zusammengefasst.

I. RUNDFUNK IN ÖSTERREICH

1. DEMOKRATIE, MEINUNG, MEDIEN

Jede funktionierende Demokratie beruht auf der Teilhabe ihrer Mitglieder. Um diese zu ermöglichen ist es notwendig, dass jedes einzelne Mitglied die Möglichkeit hat, sich eine Meinung bilden zu können. Grundlage dafür ist der freie Austausch von Informationen und Meinungen, die dabei in einen Wettbewerb treten. Ein zentrales Element dabei ist die **Vielfalt**, also das Vorhandensein unterschiedlicher Perspektiven. Garantiert wird der Informations- und Meinungsaustausch durch die **Meinungsfreiheit**. Sie ist in **Art 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK)** grundrechtlich verankert und garantiert jedem/jeder Einzelnen die Freiheit zur Äußerung und zum Empfang von Mitteilungen. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) bezeichnet sie auch als Grundpfeiler einer demokratischen Gesellschaft.

Eine zentrale Rolle im Rahmen des demokratischen Diskurses kommt den Medien zu. Sie sind Träger und Vermittler der öffentlichen Meinungsbildung, weil sie eine Öffentlichkeit erreichen. Sie haben eine hohe Wirkungsmacht. Weil sie deshalb Meinungen besonders stark beeinflussen können, unterliegen sie aber auch einer besonderen **Verantwortung** (Art 10 Abs 2 EMRK). Deshalb ist die Meinungsfreiheit nicht schrankenlos, sondern bestimmten Grenzen unterworfen. Die grundlegenden Spielregeln für alle Medien legt das Medien-gesetz fest.

2. BESONDERHEITEN DES RUNDFUNKS

Nicht alle Medien werden gleich behandelt. Rundfunkmedien, also Radio und Fernsehen, arbeiten mit Ton und/oder Bild und erreichen viele Menschen zur selben Zeit. Außerdem sind die Mitteilungen in einen Programmkontext eingebettet. Aus diesen Gründen schreibt man Rundfunkmedien eine **besonders hohe Wirkungsmacht** zu. Diese Zuschreibung stammt zwar noch aus Zeiten des Rundfunkmonopols, als es mit dem ORF nur einen Anbieter gab, wird aber im Wesentlichen immer noch so gesehen. Und Frequenzen sind ein knappes Gut. Das bedeutet es gibt technische Grenzen für die Anzahl von Rundfunkveranstaltern. Damit ist auch das potentielle Angebot von verschiedenen Meinungen, also die Vielfalt, im Rundfunkbereich beschränkt. Für Printmedien gibt es diese technische Beschränkung nicht. Aus all diesen Gründen sind Radio und Fernsehen **stärker reglementiert** als andere Medien, z.B. Zeitungen.

Deshalb gibt es auch ein eigenes Verfassungsgesetz, als Grundlage für Rundfunkmedien. Das BVG-Rundfunk (eine Konkretisierung von Art 10 EMRK) verlangt eine unabhängige und pluralistische Rundfunklandschaft, die unsere Gesellschaft mit objektiven, vielfältigen und ausgewogenen Informationen und Meinungen versorgt. Darauf basierend legen einfache Gesetze (neben dem Mediengesetz) zusätzliche Spielregeln für diese Medien fest.

Auf die einzelnen Regeln wird später noch näher eingegangen (Kapitel 2 auf Seite 19). Hier soll zunächst kurz das Rundfunksystem in seinen Grundzügen vorgestellt werden.

Artikel 10 EMRK

(1) Jedermann hat Anspruch auf **freie Meinungsäußerung**. Dieses Recht schließt die [...] Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten [...] ein.

(2) Da die Ausübung dieser Freiheiten [...] **Verantwortung** mit sich bringt, kann sie [...] Einschränkungen [...] unterworfen werden, wie sie in einer demokratischen Gesellschaft [...] unentbehrlich sind.

Zusätzliche Regeln für Rundfunkmedien:

ORF-Gesetz: öffentlich-rechtlicher Rundfunk.

Privatradiogesetz (PrRG): kommerzieller und nichtkommerzieller (die Freien Radios) Hörfunk.

Audiovisuelle-Mediendienste-Gesetz (AMD-G): kommerzielles und nicht-kommerzielles Fernsehen und im Internet angebotene Sendungen

3. DAS DUALE RUNDFUNKSYSTEM UND SEINE DREI SÄULEN

In Österreich besteht, wie in allen europäischen Staaten, ein sogenanntes duales Rundfunksystem. Das bedeutet ein Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern. Die öffentlich-rechtliche Rolle kommt dabei dem Österreichischen Rundfunk (ORF) zu. Bei den Privaten unterscheidet man zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen (auch „Freien“) Anbietern.

3.1. ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK

Der ORF hat eine öffentliche Aufgabe, er ist der Allgemeinheit verpflichtet, und wird deshalb mit öffentlichen Mitteln, dem sogenannten Programmentgelt, ausgestattet. Das Programmentgelt ist neben Bundes- und Landesabgaben ein Teil der Rundfunkgebühren (GIS). Außerdem finanziert sich der ORF noch über Werbung.

3.2. PRIVATER RUNDFUNK

Auch die privaten Rundfunkveranstalter haben öffentliche Aufgaben. Die sind aber gegenüber dem ORF schwächer ausgeprägt. Deshalb gibt es seit 2009 auch eine Bundesförderung für kommerziellen und für nicht-kommerziellen Rundfunk. Sie wird jeweils aus den, mit den Rundfunkgebühren eingehobenen, Bundesabgaben gespeist.

3.2.1. PRIVAT-KOMMERZIELLER RUNDFUNK

Die privat-kommerziellen Veranstalter arbeiten gewinnorientiert und finanzieren sich hauptsächlich über Werbung. Ein relativ kleiner Teil der jeweiligen Budgets wird über die Privatrundfunkförderung gedeckt.

3.2.2. NICHT-KOMMERZIELLER RUNDFUNK (FREIE MEDIEN)

In Österreich existieren zurzeit 14 Freie Radios und 3 Freie Fernsehsender (Community TVs). Die Freien oder nicht-kommerziellen Rundfunkveranstalter sind nicht gewinnorientiert (also zwingend **werbefrei**) und offen. Letzteres bedeutet, dass sie einen **offenen Zugang** der Allgemeinheit zur Gestaltung von Sendungen gewährleisten müssen. Alle Menschen, die eine Sendung gestalten wollen, können das tun – unabhängig von Geschlecht, sexueller Orientierung, Herkunft, Abstammung, Hautfarbe oder Ethnie, religiösen oder politischen Anschauungen, körperlichen oder geistigen Fähigkeiten, sozialer Herkunft, Sprache oder Alter. Dieser offene Zugang stellt einen ganz **besonderen Beitrag zur Meinungsvielfalt** dar. In ihrem Selbstverständnis legen die Freien deshalb auch ein starkes Augenmerk *„auf soziale, kulturelle und ethnische Minderheiten und auf jene, die wegen gesellschaftlicher Marginalisierung oder Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen.“*

Die Finanzierung der Freien Medien erfolgt über Mitgliedsbeiträge, Spenden und Förderungen.

Im Detail nachlesbar in der **Charta der Freien Radios**:
<https://www.freie-radios.at/charta.html>

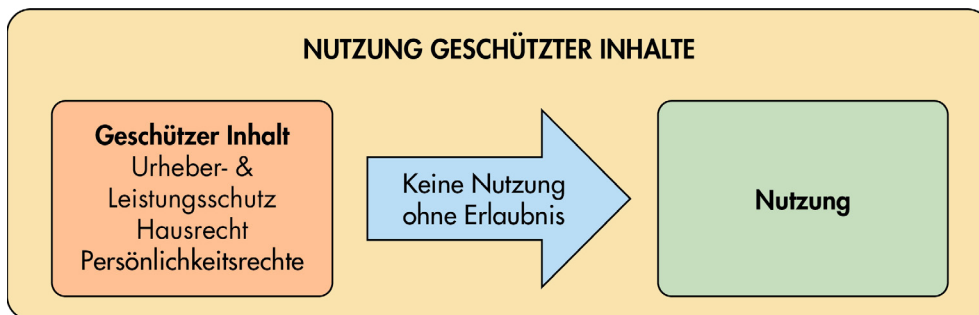
II. WAS DARF ICH VERWENDEN?

VERWENDUNGSREGELN FÜR FERTIGES MATERIAL UND EIGENE AUFNAHMEN

1. ÜBERBLICK

Bei der Erstellung von Medieninhalten fließen meist nicht nur eigene Beiträge ein. Es werden auch Inhalte verwendet, die andere geschaffen haben und die wir hier zusammenfassend **vorbestehende Inhalte** nennen. Das kann einerseits fertiges Material sein (z.B. Musik auf Tonträgern oder Filmaufnahmen), andererseits kommen auch Inhalte, die ich selbst aufnehme, in Frage (z.B. Musik auf einem Konzert, Passagen aus einem Text, die jemand vorliest).

Meistens werden diese vorbestehenden Inhalte geschützt sein. Wir sprechen dann von **geschützten Inhalten**. Dies geschieht meistens durch das **Urheberrecht**: Es handelt sich dann um Urheberrechte und/oder sogenannte Leistungsschutzrechte. Daneben ist das sogenannte **Hausrecht** von Bedeutung. Und auch **Persönlichkeitsrechte** sollten an dieser Stelle mitgedacht werden. Für die Verwendung eines geschützten Inhalts bedarf es stets einer Erlaubnis zur Verwendung.



2. GESCHÜTZTE INHALTE

2.1. KULTUR UND GESELLSCHAFT

Gesellschaften werden ganz wesentlich geprägt durch ihr kulturelles Leben, durch geistiges Schaffen und die Auseinandersetzung mit diesem Schaffen. Eine zentrale Rolle kommt dabei der **Kunst** zu. Vielfalt, Diskurs, Reflexion, Kritik, Inspiration, Unterhaltung, aber auch Innovation oder wirtschaftliche Kraft sind nur einige der Beiträge, die Kunst zu leisten imstande ist.

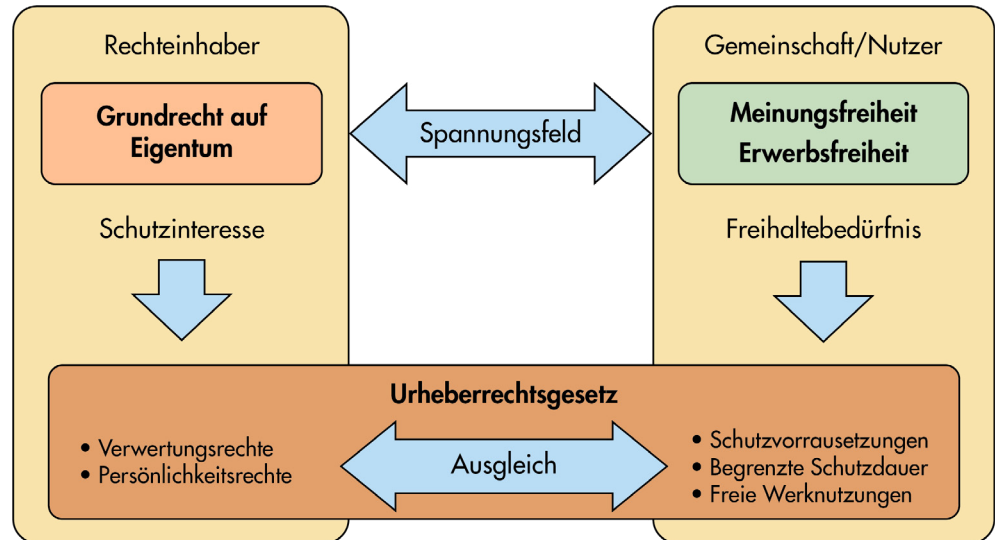
Im Gegensatz zu körperlichen Dingen sind die Ergebnisse geistigen Schaffens dem Zugriff von Anderen relativ schutzlos ausgesetzt. Um kulturelle Entwicklung zu fördern werden sie deshalb, ebenso wie körperliche Dinge, geschützt. Man spricht von **geistigem Eigentum**. Die ‚Eigentümer*innen‘ können bestimmen, ob und wer ihr geistiges Eigentum wie verwendet.

Dieser Schutz darf aber nicht zu weit gezogen werden, damit die Ausdrucksmöglichkeiten für andere nicht übermäßig beschränkt werden. Für kulturelle Entwicklungen ist auch eine Auseinandersetzung mit und Weiterentwicklung von geistigen Schöpfungen notwendig. Sie müssen deshalb bis zu einem gewissen Grad auch für die Allgemeinheit und alle Einzelnen zugänglich sein. Man spricht vom **Freihaltebedürfnis**.

In diesem Spannungsfeld zwischen Eigentümerinteressen und berechtigten Gemeinschafts- und Einzelinteressen, greift das Urheberrecht ein, indem es

Kunst und Medien arbeiten mit denselben kommunikativen Mitteln: Wort, Bild und Ton in verschiedensten Erscheinungsformen.

nicht nur die Rechteinhaber*innen schützt, sondern auch bestimmte Regeln zum Interessensausgleich vorsieht.



2.2. WERKSCHUTZ (URHEBERRECHT IM ENGEREN SINN)

Es gibt **Werke** der **Literatur** (Text, Bühnenwerk, Tanz, Pantomime) der **Musik**, der **bildenden Kunst**, der **Filmkunst** und **Sammelwerke** (§§1ff UrhG).

Das Urheberrecht ist an das Werk geknüpft. Man spricht auch von **Werkschutz**. Geschützt ist dabei nicht die körperliche Erscheinung eines Werkes (z.B. der Vortrag eines Textes, ein Buch, die Live-Interpretation eines Musikstückes, ein Tonträger, eine Tanzaufführung, ein Foto, eine Skulptur), sondern die dahinterliegende geistige Gestaltung, also das Unkörperliche, Immaterielle.

Dabei sind aber nicht alle Schöpfungen geschützt, sondern nur jene, die ein **Mindestmaß an Originalität** erreichen. Man spricht von eigentümlichen geistigen Schöpfungen, wobei es auf die **Unterscheidbarkeit** zu anderen Werken ankommt. Diese kann sich aus dem Inhalt (Aussage oder Geschichte) und/oder der Form ergeben. Die Textzeile „so ein Tag, so wunderschön wie heute“ z.B. ist als Aussage (heute ist ein schöner Tag) wohl ziemlich banal. Die Form jedoch wird von der Judikatur als ausreichend originell und somit schützenswert erachtet. Man sieht also, die geforderte Latte liegt nicht allzu hoch. Dies deshalb, weil man vermeiden möchte, dass Kunst einer subjektiven, qualitativen Wertung unterzogen wird.

Darüber hinaus verbietet das **Freihaltebedürfnis** den Schutz von grundlegenden Gestaltungselementen (z.B. Buchstaben, geometrische Formen, traditionelle Muster) von **Stil**, **Technik** oder **Methode**. Diese müssen allen zugänglich bleiben, weil sonst die Ausdrucksmöglichkeiten der Einzelnen und der Allgemeinheit übermäßig beschränkt würden. Dasselbe gilt für **abstrakte Ideen** und Systeme, **wissenschaftliche Theorien** und Lehren sowie **Tatsachen** und **wahre Begebenheiten**. Allenfalls kann aber ein urheberrechtlicher Schutz durch eine originelle Formgebung entstehen.

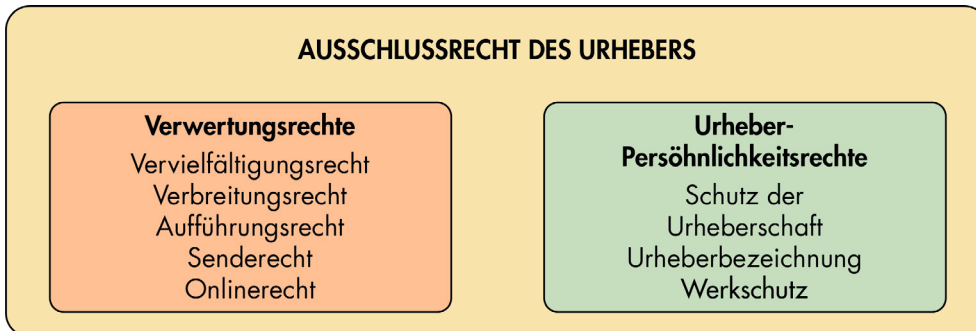
Geschützt ist z.B. die originelle Beschreibung einer Tatsache aber niemals die Tatsache selbst.

Die Bezeichnung © **Name**, **Jahreszahl** ist nicht nötig, für Beweiszwecke aber sinnvoll

Der Beginn des **Werkschutzes** fällt mit der Schöpfung zusammen. Formerfordernisse gibt es nicht. Die Schutzdauer **endet 70 Jahre nach dem Tod** des/der letztverstorbenen Miturhebers/Miturheberin. Die Schutzfrist beginnt am 1. Jänner des Jahres, das dem Tod folgt, zu laufen. Sie endet also immer an einem 31. Dezember. Die Länge der Schutzdauer ist damit begründet, dass nicht nur die Urheber*innen selbst, sondern auch ihre Nachkommen abgesichert sein sollen. Danach sind Werke **gemeinfrei**, also für jeden frei zugänglich und nutzbar.

Den **Urheber*innen** eines Werks werden **Rechte** eingeräumt, die es ihnen ermöglichen, über ihr geistiges Eigentum, ähnlich wie über körperliches Eigentum, zu verfügen. Dabei handelt es sich einerseits um Verwertungsrechte (betrifft vermögensrechtliche Interessen), andererseits um Urheberpersönlichkeitsrechte (betrifft ideelle und künstlerische Interessen; nicht zu verwechseln mit den Persönlichkeitsrechten im Medienrecht, die die Menschenwürde schützen; dazu mehr unter Kapitel 3 auf Seite 23).

Urheber*innen sind diejenigen, die Inhalt und/oder Form eines Werkes kreieren. (z.B. Komponist*in, Textautor*in, Regisseur*in, Fotograf*in)



Verwertungsrechte (§§ 14ff UrhG)

- Das **Vervielfältigungsrecht** ist immer betroffen wenn geistige Werke körperlich vervielfältigt werden (z.B. Buch, Fotokopie einer Buchseite, Tonträger oder Notenblatt, digitale Kopien oder handschriftliches Festhalten davon, Foto).
- Das **Verbreitungsrecht** betrifft die Verbreitung von solchen Werkstücken
- Beim **Aufführungsrecht** geht es darum Werke unmittelbar vor Publikum zu zeigen. (z.B. Lesung, Theateraufführung, Konzert, Diskothekenmusik, Ausstellung, Kino)
- Das **Senderecht** ist betroffen, wenn Werke Teil von Radio oder TV-Sendungen oder von Sendungen im Internet zu einem fixen Zeitpunkt (z.B. Live-Stream) sind (z.B. Drehbuch, Radiomusik, TV-Moderation, Bilder einer Ausstellung im TV-Beitrag).
- Das **Onlinerecht** (auch Zurverfügungstellungsrecht) betrifft jede Bereitstellung im Internet. Im Gegensatz zum Senderecht ist der Rezeptions-Zeitpunkt frei wählbar.

Ein **Vervielfältigungsrecht** kann z.B. für jedes Land einzeln oder für alle Länder vergeben werden. Dies kann zeitlich befristet oder unbefristet, exklusiv oder nicht exklusiv geschehen. Daneben kann das Onlinerecht an wieder andere vergeben werden usw.

Über jedes dieser Rechte können Urheber*innen frei verfügen. Sie vergeben **Nutzungsrechte** (Umgekehrt müssen alle, die ein Werk verwenden für die jeweilige Nutzung eine entsprechende Erlaubnis haben.). Verwertungsrechte können also auch ganz aus der Hand geben werden.

Urheberpersönlichkeitsrechte (§§ 19ff UrhG)

Urheberpersönlichkeitsrechte hingegen verbleiben immer bei den Urheber*innen bzw. ihren Erben. Sie sind nicht übertragbar. Im (kontinentaleuropäischen) Urheberrecht sieht man das Werk nämlich als eine Art ‚Baby‘ der Urheber*innen an. Diese unauflöslche Bindung findet ihren Ausdruck vor allem

- im Recht der **Urheberbezeichnung** (Urheber*innen bestimmen, ob das Werk unter echtem Namen, Pseudonym oder ohne Namen erscheint) und im
- Werkschutz, der künstlerische Integrität schützt. Das bedeutet, dass jede **Änderung** des Werkes grundsätzlich die **Zustimmung der Urheber*innen** braucht.

Als **Änderungen** sieht man auch die Synchronisation (Verbindung von Musik mit Film) und jede Verwendung von Werken für Werbung an. Beides bedarf also immer der Zustimmung der Urheber*innen.

2.3. LEISTUNGSSCHUTZ (URheberRECHT IM WEITEREN SINN)

Geschützt sind **künstlerisch schöpferische Tätigkeiten**, und **organisatorisch wirtschaftliche Tätigkeiten**, die künstlerisches Schaffen vermitteln.

Neben geistigen Werken werden auch andere Tätigkeiten im künstlerischen Prozess als schützenswert erachtet. Auch diese sind dem Zugriff von Dritten relativ schutzlos ausgeliefert. Man spricht von Leistungsschutzrechten. Diese bestehen nicht statt dem Werkschutz, sondern neben ihm. (**Mehrschichtprinzip**)



z.B. Musiker*innen, Sänger*innen, Schauspieler*innen, aber auch Dirigent*innen, Regisseur*innen, Bühnenbildner*innen etc. sind **ausübende Künstler*innen**.

Das Leistungsschutzrecht der ausübenden Künstler*innen (§§66ff UrhG)

Der Vortrag, die Aufführung oder Darbietung eines Werkes ist geschützt, auch wenn die Schutzfrist für das dargebotene Werk schon abgelaufen ist. Rechteinhaber*innen sind alle, die an einer Darbietung künstlerisch mitwirken. Die Darbietung muss nicht öffentlich sein. Der Rechtsschutz entspricht dem von Urheber*innen und ist wie dieses nicht als Ganzes übertragbar. Die Schutzfrist endet 50 Jahre nach der Darbietung bzw. falls ein Tonträger erscheint, 70 Jahre nach dessen Erscheinen.

Das Leistungsschutzrecht der Veranstalter*innen (§72 UrhG)

Die Veranstalter*innen einer solchen Darbietung genießen ebenfalls ein Leistungsschutzrecht an der Darbietung. (Schutzfrist endet 50 Jahre nach Darbietung bzw. Veröffentlichung einer Aufzeichnung)

Die Aufnahme muss kein Werk enthalten. Akustische Vorgänge reichen (z.B. Hundebellen, Wind)

Das Leistungsschutzrecht der Tonträgerproduzent*innen (§76 UrhG)

Wer akustische Vorgänge festhält, hat ein Leistungsschutzrecht an der Aufnahme. Rechteinhaber*in ist, wer das wirtschaftliche und organisatorische Risiko einer Aufnahme trägt (Schutzfrist endet 70 Jahre nach Erscheinen des Schallträgers).

Das Leistungsschutzrecht der Licht- und Laufbildhersteller (§§73ff UrhG)

Wer Fotos oder Filme aufnimmt genießt den Schutz der Aufnahme. Auch hier geht es nicht um eine Werkqualität des Aufgenommenen, jegliche Aufnahme ist geschützt (Schutzfrist endet 50 Jahre nach Aufnahme bzw. Veröffentlichung).

TV, Radio, Live-Stream

Das Leistungsschutzrecht des Rundfunkunternehmers (§76a UrhG)

Wer Töne oder Bilder sendet hat ein Leistungsschutzrecht an der Sendung. Auch hier ist eine Werkqualität des Gesendeten nicht nötig. (Schutzfrist endet 50 Jahre nach Erstsendung).

Das Leistungsschutzrecht für nachgelassene Werke (§76b UrhG)

Wer ein nicht veröffentlichtes Werk, an dem die Schutzfrist bereits abgelaufen ist, erstmalig veröffentlicht, hat dieselben Verwertungsrechte wie Urheber*innen (Schutzfrist endet 25 Jahre nach Veröffentlichung).

Wenn wir Inhalte anderer verwenden wollen, gibt es also eine ganze Reihe an Rechten, die bei verschiedensten Personen oder Unternehmen liegen können. Sie alle haben einen Beitrag geleistet, damit der Medieninhalt (z.B. eine CD, ein Buch, ein Musical...) in der bestehenden Form existiert. **Sind die Schutzfristen für einen geschützten Inhalt abgelaufen, ist er gemeinfrei und kann frei verwendet werden.** Aber Achtung: Mehrschichtprinzip!

Ein Beispiel: Mozart ist bereits seit über 70 Jahren verstorben. Jedes Stück von Mozart kann ich z.B. selbst einspielen und diese Aufnahme frei verwenden. Ein **Mozart-Stück** auf einer aktuellen CD, kann ich nicht einfach so verwenden. Das haben wiederum Orchester eingespielt und interpretiert. Die Darbietung wurde aufgenommen und somit hat auch der Tonträger-Hersteller ein Recht darauf. Das bedeutet, dass diese konkrete Aufnahme erst gemeinfrei wird, wenn auch die Schutzfristen der ausübenden Künstler*innen und des Tonträger-Herstellers abgelaufen sind.

Orchester = Ausübende Künstler*innen

Auch Übersetzer*innen haben zumeist ein Urheberrecht an ihren **Übersetzungen**. Denn eine Übersetzung ist weit mehr als nur die wortwörtliche Wiederholung des Originaltextes. Eine Übersetzung ist oft eine schöpferische Leistung. Es kann also vorkommen, dass das Urheberrecht an einem Buch bereits erloschen ist, die Übersetzung in eine andere Sprache aber noch nicht, weil der/die Übersetzer*in noch keine 70 Jahre verstorben ist.

Urheber*innen des übersetzten Werkes sind dann **Originalauto*in und Übersetzer*in**

Wo finde ich **gemeinfreie Werke**, die ich für meine Produktion nutzen kann? Es gibt Archive im Internet, die gemeinfreie Werke zur Verfügung stellen. Auch hier muss man genau hinschauen. Es kann vorkommen, dass manche Werke in anderen Ländern bereits gemeinfrei sind, in Österreich aber noch nicht. Bei Projekten wie Projekt Gutenberg ist deshalb Vorsicht geboten. Nicht alles, was dort als gemeinfrei angegeben wird, ist auch bei uns in Österreich gemeinfrei.

Projekt Gutenberg ist ein gemeinnütziges Projekt im Web. Bücher, deren Schutzfrist in den USA abgelaufen ist, werden zur Verfügung stellen.

Wer auf Nummer sicher gehen will, greift auf österreichische Angebote wie **Austrian Books Online** der Österreichischen Nationalbibliothek (ÖNB) zurück. Die ÖNB digitalisiert gemeinfreie Bücher, deren Erscheinungsdatum 140 Jahre zurückliegt. Die Begründung: So werden keine Urheberrechte verletzt, selbst wenn die Autor*innen das Werk sehr jung verfasst haben und sehr alt geworden sind. Die ÖNB rechnet mit einem Sicherheitsabstand von 70 Lebensjahren + 70 Jahre nach dem Tod.

Austrian Books Online ist abrufbar unter: www.onb.ac.at

Aber auch für Werke, die noch nicht gemeinfrei sind, gibt es Möglichkeiten, um sie in eigenen Werken verwenden zu dürfen. Dazu mehr in Kapitel 3 auf Seite 11.

2.4. SONSTIGE SCHUTZRECHTE

2.4.1. DAS HAUSRECHT

So gut wie alle Orte unterliegen dem Hausrecht. Egal ob **Bahnhöfe, Ämter, Veranstaltungshäuser oder Privatgrundstücke**: Das Hausrecht ist ein Ausfluss des körperlichen Eigentumsrechts. Schon für das Betreten eines Grundstücks, eines Hauses oder einer Wohnung ist die **Zustimmung von Eigentümer*in oder Mieter*in** nötig. Deshalb können diese auch das Verhalten in diesen Räumen bestimmen. Für Aufnahmen bedeutet das, dass vorab bei dem/der Hausherr*in angefragt werden muss, ob an dem Ort Aufnahmen gemacht werden dürfen. In der Praxis empfiehlt es sich, sich diese Genehmigung schriftlich

Musterdrehgenehmigung unter www.commit.at

geben zu lassen und gut aufzubewahren. Das Hausrecht bietet vor allem ein Sicherheitsnetz für Veranstalter*innen, wenn der urheberrechtliche Schutz fehlt (z.B. Sportveranstaltung).

Will ich Bereiche **absperren**, benötige ich auch hier eine Genehmigung.

Nur im sogenannten öffentlichen Raum (öffentliche Parks, Straßen, Plätze...), können ohne Genehmigung Aufnahmen gemacht werden, solange das „touristische Ausmaß“ nicht überschritten wird. Solange ich z.B. die Straße oder den Gehsteig nicht absperre und andere Menschen an diesen Orten nicht behindere, darf ich dort aufnehmen.



2.4.2. PERSÖNLICHKEITSRECHTE

Sobald Personen genannt, abgebildet oder zu hören und erkennbar bzw. identifizierbar sind, muss überlegt werden, ob das zulässig ist. Empfehlenswert ist dabei, eine Einwilligung einzuholen. Das gilt für fertiges Material ebenso, wie für selbst aufgenommenes Material. (Für weitere Überlegungen dazu siehe Kapitel III.3 auf Seite 23)

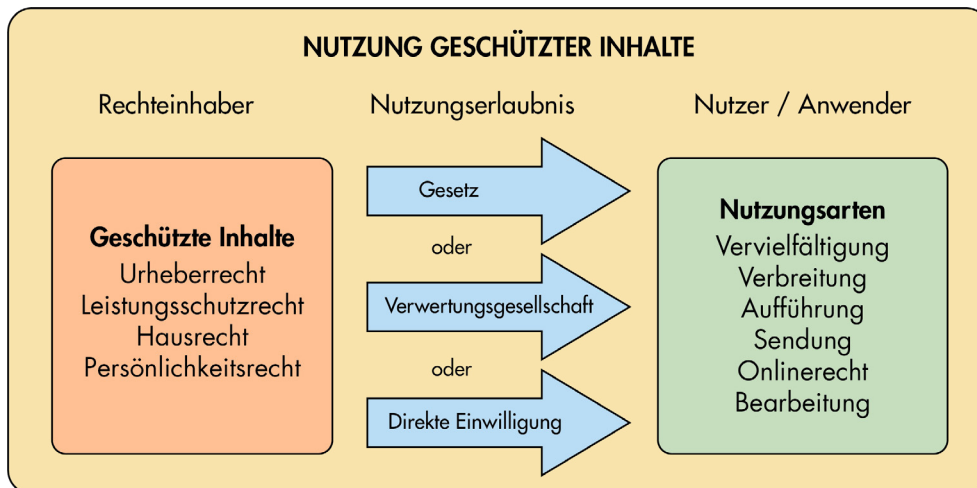
Es gibt eine sogenannte **stillschweigende oder konkludente Zustimmung**: Wenn man mit dem Mikrofon mit dem Logo des Senders, sowie einem Aufnahmegerät oder der TV-Kamera eine Frage stellt und die Person ihre Antwort in das Mikro spricht, kann man davon ausgehen, dass sie einer Ausstrahlung auf dem jeweiligen Sender zustimmt. Ob damit auch eine Zustimmung für andere Verwendungen (z.B. online) gegeben wird, bleibt fraglich.

Auch ethisch gesehen ist es besser, Personen vor der Aufnahme zu fragen und sie aufzuklären, was mit der Aufnahme passieren wird (Ausstrahlung in Radio/TV, Speicherung im Internet...). Das hat damit zu tun, dass Personen durchaus überlegter antworten, wenn sie wissen, dass sie in Massenmedien und vielleicht auch unbegrenzt im Internet zu hören sind. Zusätzlich kann es ein, dass die Personen gerne wissen möchten, für welches Medium oder welche Sendung sie ein Interview geben, um einordnen zu können, in welchem Kontext ihre Meldung erscheinen wird. Im Fall der Fälle können sie dann besser abwägen, ob sie ein Interview in diesem Kontext geben möchten, oder nicht.

Bei Minderjährigen ist zu beachten, dass es hier auch ein Einverständnis der/des Erziehungsberechtigten braucht. In diesem Fall sollten beide – also Kind und Erziehungsberechtigte/r – über den Zweck der Aufnahmen informiert werden. Denn auch das Kind hat das Recht zu erfahren, was mit seinen Aufnahmen passiert.

Wie bereits weiter oben beschrieben ist es in manchen Fällen empfehlenswert, sich eine **schriftliche Einverständniserklärung** zu holen. Gerade, wenn es um heikle Themen geht. Eine Vorlage für eine solche Einwilligung findet sich unter www.commit.at.

3. VERWENDUNG VON GESCHÜTZTEN INHALTEN



Wenn geschützte Inhalte verwendet werden, ist immer eine **Erlaubnis zur Nutzung** erforderlich. Diese kann entweder als gesetzliche Erlaubnis vorliegen, durch eine Verwertungsgesellschaft eingeräumt werden oder direkt von den Rechteinhaber*innen kommen.

Für die Rechtereklärung sind zwei entscheidende Schritte nötig. Zum einen muss man überlegen **welche Nutzungshandlungen** konkret gesetzt werden sollen, damit man weiß **welche Nutzungsrechte** einzuholen sind. Dabei liegt sehr oft auch eine Vervielfältigungshandlung vor, die auf den ersten Blick nicht zu erkennen ist.

Zum anderen muss der verwendete Inhalt analysiert werden. Welche Schutzrechte sind konkret betroffen? Wer ist dabei der/die jeweils Berechtigte? Ist für einzelne Rechte die Schutzfrist schon abgelaufen? Die einzelnen Rechte bestehen dabei immer nebeneinander (Mehrschichtprinzip) (Kapitel 2 auf Seite 5).

Wird z.B. Musik öffentlich über eine Playlist am PC abgespielt, liegt auch eine Vervielfältigung vor. **Kopieren in die Playlist = Vervielfältigung**

3.1. GESETZLICHE ERLAUBNIS (ZITATE & CO)

Die **Freien Werknutzungen** erlauben unter bestimmten Voraussetzungen die unentgeltliche Nutzung geschützter Inhalte. Damit wird ein Interessensausgleich zwischen den Eigentümerinteressen der Rechteinhaber*innen und dem Freihaltebedürfnis geschaffen. Die Rechteinhaber*innen erhalten dafür Vergütungen, die z.B. beim Kauf von Speichermedien oder Kopiergeräten eingepreist sind. Die Verteilung dieser Vergütungen erfolgt durch Verwertungsgesellschaften.

Bei allen **Freien Werknutzungen** ist die **Quelle** anzuführen, die den **Titel** des Werks und **Urheberbezeichnung** beinhaltet.

ZITATRECHT (§42f UrhG)

Veröffentlichte Werke dürfen zum Zweck des Zitates vervielfältigt, verbreitet, aufgeführt, gesendet und zur Verfügung gestellt werden. Das Zitatrecht gilt nur für alle urheberrechtlichen Werke (Literatur, Musik, bildende Kunst, Film) und Lichtbilder (Leistungsschutzrecht). Darbietungen, Tonaufnahmen, Laufbilder und Rundfunksendungen können also grundsätzlich nicht im Rahmen des Zitatrechtes verwendet werden.

Für den **privaten nicht-öffentlichen Gebrauch** dürfen immer **Kopien** gemacht und an enge Freunde/Verwandte gegeben werden. Für den **beruflichen Gebrauch** ist sind **Kopien auf Papier** von **5-7 Stück** erlaubt. (§42 Abs.1 u. Abs. 4 UrhG)

Wie eine solche Genehmigung aussehen kann, zeigt die **Drehgenehmigung** unter www.commit.at

In einer Sendung einzelne Kapitel aus Büchern kommentarlos zu lesen ist **kein Zitat!** Ich muss mich inhaltlich damit auseinandersetzen. Die Ausschnitte dürfen nur dazu dienen, Gesagtes zu belegen, zu unterstützen oder verständlicher zu machen.

Abseits der Berichterstattung (als selbstständige Tonträger) ist für eine Verbreitung aber die Zustimmung der Urheber*innen nötig.

branchenüblich = Streichen einzelner Textpassagen bei Theaterinszenierungen; Lektoratsänderungen (Fehler, Stilistik); Radio-Edits oder Musikbetten bei Moderationen können zulässig sein

Zitate müssen eine **Belegfunktion** erfüllen, also entweder der Erläuterung einer eigenen Aussage oder der vergleichenden Auseinandersetzung dienen. Der **Umfang** des Zitats muss durch den Zweck gerechtfertigt sein. Es darf also nicht mehr verwendet werden als nötig ist, um den Beleg zu erbringen. Wenn es für einen konkreten Beleg notwendig ist (und nur dann!) kann auch ein ganzes Werk zitiert werden. Das wird freilich eher die Ausnahme sein (z.B. bei Fotos).

Ein Zitat ist erst dann ein Zitat, wenn die zitierte Stelle **klar erkennbar** und die **Quelle** angegeben ist. Aus ethischer Perspektive ist das notwendig, damit das Publikum die Möglichkeit hat, die **Richtigkeit** der Information zu **überprüfen**. Zitate aus dem Zusammenhang zu reißen, um sie für die Instrumentalisierung für eigene Anliegen oder Interessen zu nutzen ist dabei ein ethisches No-Go. Überlegungen sollte man auch bei der sinngemäßen statt wörtlichen Wiedergabe eines Zitats anstellen: Verzerre ich den Inhalt des Gesagten? Lasse ich meine eigene Interpretation einfließen?

ÖFFENTLICHE GEHALTENE POLITISCHE REDEN (§43 UrhG)

Als Sprachwerke sind öffentliche politische Reden und Reden in **Parlamenten**, vor **Gerichten** und **Behörden** im Rahmen der **Berichterstattungsfreiheit** (öffentliches Interesse) für Vervielfältigung, Verbreitung, Aufführung, Sendung und Zurverfügungstellung frei. Wenn Urheber*in und Redner*in ident sind genießt der/die Redner*in auch keinen Schutz als darbietende/r Künstler*in.

BERICHTERSTATTUNG ÜBER TAGESEREIGNISSE (§4c UrhG)

Wenn bei einer Berichterstattung über Tagesereignisse im Rahmen dieses Ereignisses Werke öffentlich wahrnehmbar werden, ist ihre Verwendung für sämtliche Nutzungsarten frei. Auch alle Leistungsschutzrechte sind von dieser freien Werknutzung umfasst. Der Grund dafür liegt im Informationsinteresse der Öffentlichkeit. Die Berichterstattung soll nicht behindert werden. Der Begriff des **Tagesereignisses** ist jedoch **sehr eng** zu verstehen.

UNWESENTLICHES BEIWERK (§42e UrhG)

Wenn Werke nur zufällig oder beiläufig genutzt werden, ist dies für sämtliche Nutzungsarten frei und umfasst auch sämtliche Leistungsschutzrechte. **Zufällig** und **beiläufig** ist hier sehr eng zu verstehen. Im Wesentlichen geht es darum, dass es keinen Unterschied macht, wenn das Werk ein anderes wäre oder weggelassen würde.

EXKURS: BRANCHENSPEZIFISCHE ÄNDERUNGEN

Änderungen bedürfen grundsätzlich der **Zustimmung der Urheber*innen**. Jedoch dürfen alle, die ein Werk rechtmäßig verwenden, solche Änderungen vornehmen, die **branchenüblich** (Gewohnheiten des redlichen Verkehrs) sind. Grundsätzlich ist der Anwendungskreis aber nicht allzu weit. Niemals zulässig sind jedenfalls Änderungen, die das Werk entstellen oder verstümmeln oder geistige Interessen schwer beeinträchtigen. Vor allem Sinn und Wesen werden geschützt.

3.2. ERLAUBNIS ÜBER VERWERTUNGSGESELLSCHAFTEN

Für eine Massennutzung von Werken gibt es in allen Ländern Verwertungsgesellschaften. Diese schließen einerseits Verträge mit Künstler*innen, nehmen deren Rechte (exklusiv) wahr und können so ein großes Repertoire anbieten. Auf der anderen Seite schließen sie Nutzungsverträge mit Massennutzer*innen (Radios, Lokale, Onlineanbieter). Und die Verwertungsgesellschaften der einzelnen Länder haben miteinander Schwesternverträge. Deshalb kann eine Verwertungsgesellschaft ihren Nutzer*innen ein Weltrepertoire anbieten, und ihre Künstler*innen weltweit vertreten. Aber: Verwertungsgesellschaften nehmen nur Verwertungsrechte wahr, keine Persönlichkeitsrechte. Vor allem (nicht branchenspezifische) Änderungen bedürfen deshalb immer einer direkten Erlaubnis der Berechtigten.

Im Bereich der Musik ist die **AKM/AUME** für Urheber*innen und die **LSG** für Interpret*innen und Tonträgerhersteller zuständig. Im Bereich der Literatur ist die **Literar-Mechana** tätig. Die **Bildrecht GmbH** kümmert sich vor allem um Werke der Bildenden Kunst und Lichtbilder (Leistungsschutz).

Für **Fernseh- und Radiomacher*innen** bedeutet das, dass sie sich im Rahmen der Sendungsgestaltung um die Verwertungsrechte für Musik keine Gedanken machen müssen, sofern die Musik von **Handelstonträgern** kommt oder **online gekauft** ist. Alle Rundfunkveranstalter haben für diese Musik Vereinbarungen mit AKM/AUME und LSG. Wenn es aber um Live-Musik geht, (die z.B. auf einem Konzert oder im Radiostudio selbst aufgenommen wird), ist die LSG nicht zuständig. Deshalb muss eine Einwilligung von Interpret*innen und Veranstalter*innen direkt eingeholt werden.

Das gleiche gilt für Onlinenutzung im Rahmen des **CBA** (Cultural Broadcasting Archive). Hier gibt es ebenfalls eine Rahmenvereinbarung mit den Verwertungsgesellschaften für Musik. Für jede andere Onlinenutzung muss eine Rechtklärung bei AKM/AUME und LSG eingeholt werden.

Das **CBA** ist das Online-Archiv der Freien Medien Österreichs. Hier können die Sendungen der Freien Radiomachenden unbegrenzt gespeichert und jederzeit nachgehört werden.

3.3. ERLAUBNIS DIREKT VON RECHTEINHABER*IN

Wenn weder Gesetz noch Verwertungsgesellschaft die Erlaubnis anbieten, muss diese direkt bei den Rechteinhaber*innen eingeholt werden (oder bei ihrem Vertreter z.B. Verlag, Agentur, Plattenfirma). Das ist meistens der Fall wenn es nicht um Musik geht und immer, wenn es um Persönlichkeitsrechte geht, also bei jeder Änderungen (die nicht ‚branchenüblich‘ ist).

Die entsprechende Vereinbarung unterliegt dann dem Urhebervertragsrecht, das sehr urheberfreundlich ist. Das bedeutet, unklare Vereinbarungen werden eher zugunsten der Urheber*innen ausgelegt. Man sagt auch: Das Urheberrecht hat die Tendenz so weit als möglich bei dem/der Urheber*in zu verbleiben. Deshalb sollten vor allem Nutzungsrechte, ihre Dauer und ein etwaiger Verwendungszweck exakt vereinbart werden.

Nicht ausdrücklich **vereinbarte Rechte** gelten im Zweifel als nicht eingeräumt.



Für die Praxis gilt: Will ich z.B. die **Aufnahme einer Lesung**, die jemand Anderes gemacht hat, in meiner Radiosendung spielen, brauche ich die Erlaubnis von mehreren Personen: **Autor*in** (Urheberrecht am Gelesenen), **vorlesende Person** (Ausübende/r Künstler*in) und Person, die die Aufnahme gemacht hat (**Tonträgerhersteller**). Ich muss mir auch alle Verwendungszwecke genehmigen lassen (z.B. lineare Ausstrahlung im Radio, Online-Stellen auf der CBA...). In der Praxis kann es vorkommen, dass nur einzelne Zwecke genehmigt werden. Die Rechteinhaber*innen können auch Bedingungen stellen. Z.B. dass die Sendung nur einmal ausgestrahlt werden darf. Daran muss man sich halten. Rechteinhaber*innen können auch Geld dafür verlangen.

EXKURS: CREATIVE COMMONS

Auch jede CC-Lizenz ist nichts anderes als eine Vereinbarung mit den Rechteinhaber*innen. Diese machen das Angebot zu einem unentgeltlichen Standard-Lizenzvertrag, der mit der Nutzung angenommen wird. Der Lizenzvertrag beinhaltet alle Nutzungsrechte, die zeitlich und örtlich unbeschränkt eingeräumt werden. Bedingungen und Vertragsänderungen sind nicht möglich. Zusätzlich werden Persönlichkeitsrechte (kommerzielle oder nichtkommerzielle Nutzung; mit oder ohne Bearbeitungs-/Änderungsrecht) in verschiedenen Kombinationen eingeräumt. **Rechte die hier nicht eingeräumt werden verbleiben bei den Urheber*innen**, die jederzeit weiter frei über sie verfügen können.

Bei einer CC-BY-NC Lizenz darf z.B. nur der/die Urheber*in das Werk kommerziell nutzen.



CC - BY (weiteste, freieste CC-Lizenz)
Namensnennung



CC - BY - SA
Namensnennung - gleiche Weitergabe



CC - BY - ND
Namensnennung – keine Bearbeitung



CC - BY - NC
Namensnennung – nicht kommerziell



CC - BY - NC - SA
Namensnennung - nicht kommerziell - gleiche Weitergabe



CC - BY - NC - ND (engste, eingeschränkteste CC-Lizenz)
Namensnennung – nicht kommerziell – keine Bearbeitung

Nicht kommerziell: sehr eng gefasst. Ein Blog, auf dem Werbebanner oder Affiliate Links geschaltet sind, kann keine Werke mit NC-Lizenz nutzen.

Gleiche Weitergabe = Bearbeitungen müssen mit der gleichen Lizenz weitergegeben werden

Praktisch: Für Wikipedia und Wikimedia gibt es einen eigenen **Generator**, mit dem man Schritt für Schritt den passenden Lizenzhinweis für das Werk generieren kann: <https://lizenzhinweisgenerator.de/>

Wer eine dieser Lizenzen verwenden möchte, muss folgende Bedingungen einhalten:

- **Name** des/der Urheber*in nennen
- **Titel** des Werks nennen
- Angabe der **CC-Lizenz**
- Verlinkung auf den **Lizenztext**
- Link auf das Originalwerk

Bei **Bearbeitung**

- Hinweis, dass das Werk bearbeitet wurde

In der **Praxis** werden die Angaben je nach Medium anders gestaltet: Auf einer Website oder einem Printprodukt können Lizenzhinweise direkt unter dem Foto stehen. Bei Material in TV-Beiträgen in Einblendungen oder im Abspann. In Radiosendungen ist es nicht praktisch, alle Lizenzhinweise anzulegen. Deshalb genügt es den Titel des Werkes, den Namen der Urheber*innen und den Hinweis auf die Creative Commons Lizenz zu nennen. Alle weiteren Details werden erst auf der Website, unter der die Sendung abrufbar ist, angegeben und verlinkt.

Ein Sonderfall der Creative Commons Lizenzen ist die sogenannte **CC0-Lizenz**.



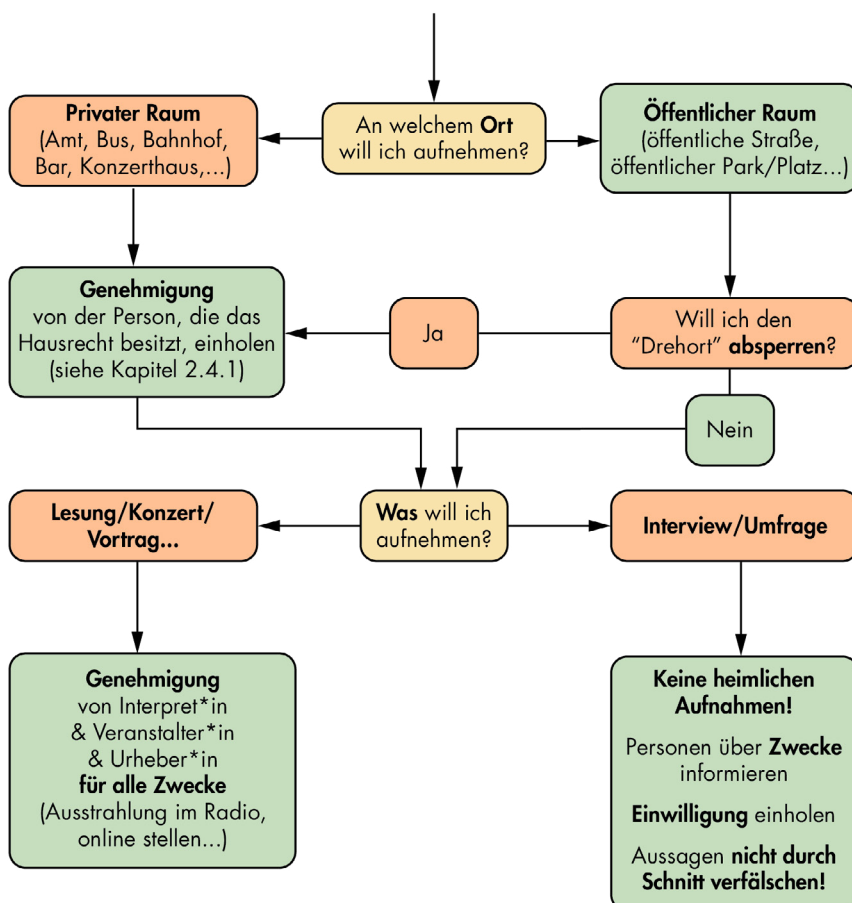
CC0
Keine Beschränkungen – keine Bedingungen

Werke, die unter der CC0-Lizenz stehen, dürfen von allen zu jedem Zweck verwendet und bearbeitet werden. Es gelten **keine Beschränkungen** oder Bedingungen für die Nutzung. Auch müssen keine Lizenzhinweise angegeben werden.

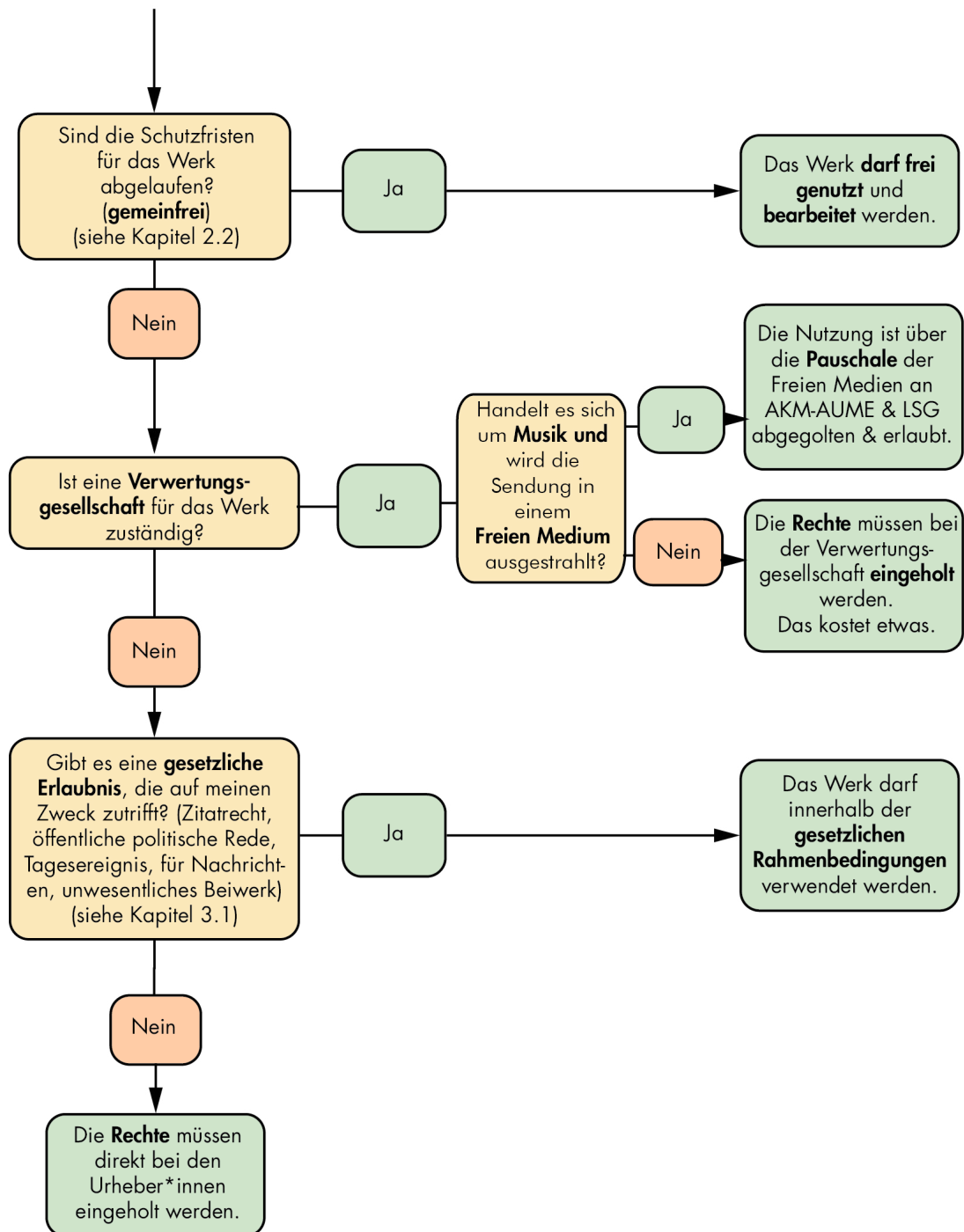
Aus ethischer Perspektive kann durchaus überlegt werden, den Hinweis trotzdem anzubringen. Denn dann ist auch für andere ersichtlich, dass es sich um ein Werk handelt, das sie weiterverwenden dürfen.

4. CHECKLISTS FÜR DIE RECHTEKLÄRUNG

Checklist für eigene Aufnahmen



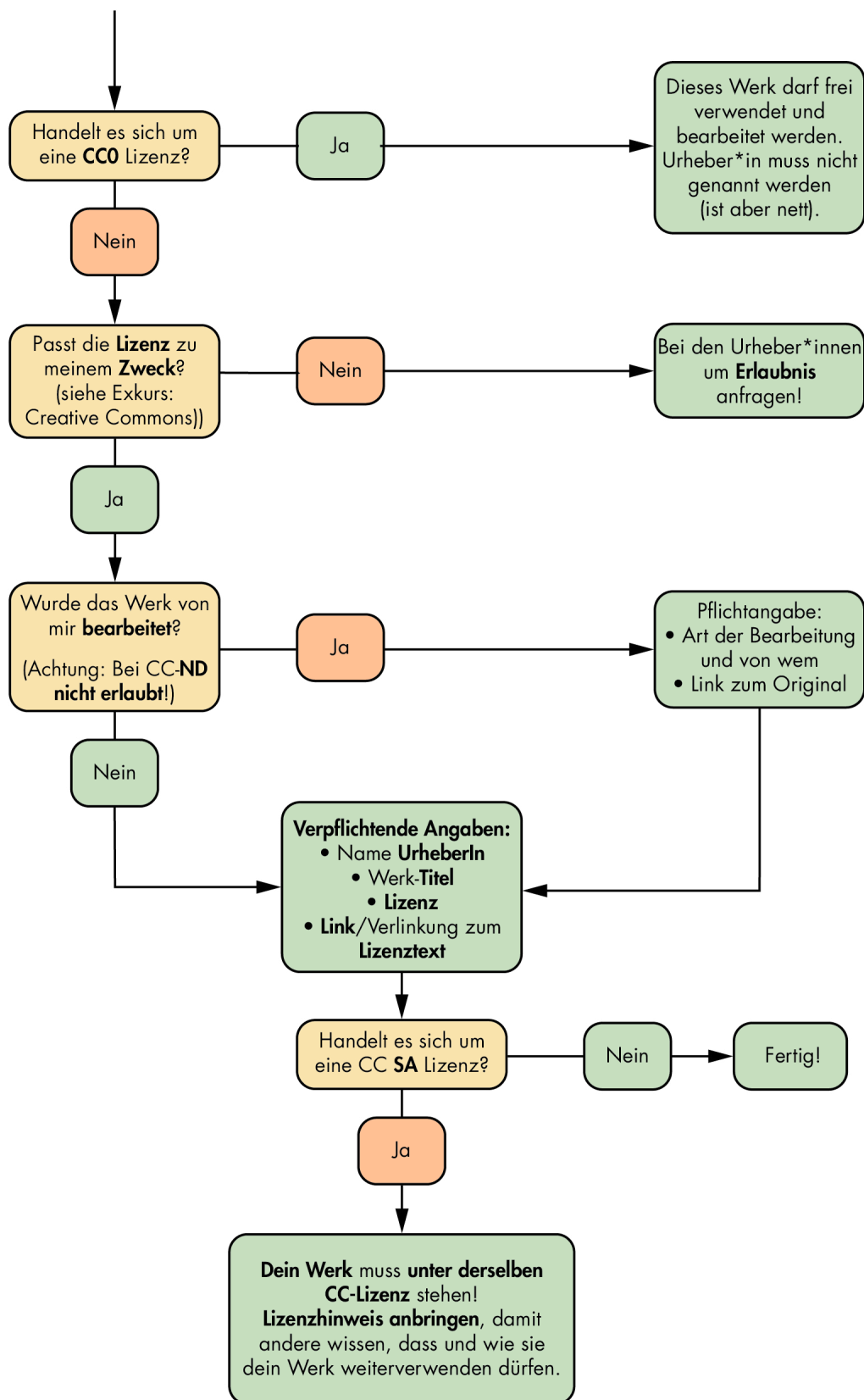
Checklist für das Verwenden bestehender Materialien (außer Creative Commons)



Vorsicht: Mehrschichtprinzip (siehe Kapitel II.2.3)

Die Checklist ist immer auf alle Rechte
(Werkschutz, Leistungsschutzrechte) anzuwenden

Checklist für das Verwenden von Creative Commons Inhalten

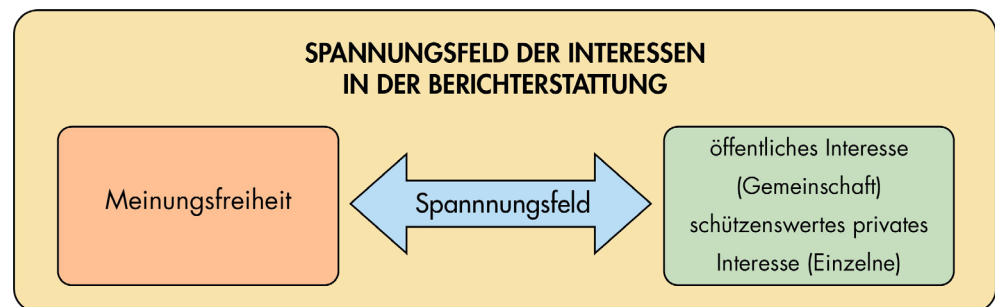


III. WAS DARF ICH SAGEN?

REGELN FÜR DIE AUSSAGE VON MEDIENINHALTEN

1. MEINUNGSFREIHEIT, MEDIEN, VERANTWORTUNG

Medien sind Träger und Vermittler der **öffentlichen Meinungsbildung**. Sie haben in diesem Prozess eine besondere Rolle, da sie Meinung besonders stark beeinflussen können. Mit dieser Macht geht auch eine besondere **Verantwortung** einher. Denn Informationen und Meinungen betreffen immer auch **Interessen der Gemeinschaft oder der Einzelnen**, über die berichtet wird. Dabei kommt es oft zu einem Interessenskonflikt. Deshalb ist die Meinungsfreiheit nicht schrankenlos, sondern im Sinne eines Interessenausgleichs bestimmten Grenzen unterworfen. (siehe dazu auch Kapitel I auf Seite 3.)



In diesem Spannungsfeld bewegt sich das Medienrecht. Die Grenzen sind dabei jeweils abhängig von der Frage wie wichtig eine Berichterstattung für die Gemeinschaft und das Funktionieren der Demokratie ist. Bei Inhalten von öffentlichem Interesse kommt der Meinungsfreiheit stärkeres Gewicht zu. Besonders stark ist diese Gewicht wenn eine **Kontrollfunktion** wahrgenommen wird. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte bezeichnet Medien deshalb auch als Public-Watchdog.

Medien werden neben den klassischen staatlichen Gewalten (Gesetzgebung, Vollziehung und Justiz), oft auch als **4. Gewalt** bezeichnet.

Wenn die **Zulässigkeit** von Inhalten beurteilt wird, sind vor allem zwei Fragen relevant:

*Ist eine Behauptung **wahr**? Besteht **öffentliches Interesse** an der Äußerung?*

In vielen Fällen kommt es zu einer Abwägung der Interessen des Einzelnen gegen das öffentliche Informationsinteresse.

In diesem Spannungsfeld sind ethische Fragestellungen besonders wichtig. So wurde in Österreich z.B. die Berichterstattung über Straftaten diskutiert. Ist es nötig, die Herkunft bzw. **Nationalität von Täter*innen** zu nennen? Überwiegt hier ein öffentliches Interesse oder das Interesse der betroffenen Personengruppen? Die Nennung der Nationalität kann Vorurteile gegen Personengruppen beim Publikum schüren bzw. verstärken. Es könnte der Eindruck entstehen, dass diese Gruppen häufiger Straftaten begehen. Das könnte wiederum zu Pauschalverdächtigungen und in weiterer Folge zur Diskriminierung dieser Gruppen führen. Nicht selten entstehen hierdurch Bedrohungsszenarien. Hier sollte man sich der Wirkungsmacht von Medien bewusst sein. Medien sollten keine Ängste schüren, sondern (objektiv) berichten.

Der deutsche Presserat empfiehlt, dass eine Nennung nur dann erfolgen sollte, wenn es einen **Sachbezug** gibt. Das heißt, wenn die Nennung der Herkunft relevant für das Verständnis des Berichts ist. Eine Frage, die man sich nicht nur in Bezug auf die Nationalität sondern auch in Bezug auf

religiöse, sexuelle oder weltanschauliche Aspekte stellen kann, die geeignet sind, Menschen zu diskriminieren.

Der österreichische Presserat sieht in der Nennung der Herkunft keinen Ethikverstoß, hat vor einem ähnlichen Hintergrund aber eine **Checklist** zur verantwortungsvollen Berichterstattung über Geflüchtete verfasst. Darin heißt es: „Würde ich über ein Fehlverhalten auch dann berichten, wenn es nicht von einem Ausländer/Asylwerber/Migranten gesetzt worden wäre? [...] Habe ich geprüft, ob ich Informationen, die Vorurteile schüren könnten, weglassen kann, ohne den Sinn und den Wahrheitsgehalt der Geschichte zu verändern oder das Verständnis der Leserinnen und Leser zu beeinträchtigen?“ Diese Leitfragen können beim Berichten hilfreich sein.

Checklist des österreichischen Presserats im Detail: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20161129_OTS0033/checkliste-des-presserats-zur-berichterstattung-ueber-fluechtlinge

Nachfolgend werden die Regeln für Aussagen von Medieninhalten vorgestellt.

2. VORGABEN IM GEMEINSCHAFTSINTERESSE

2.1. MEINUNGSFREIHEIT IM DIENST VON DEMOKRATIE UND TEILHABE

Für die Bildung einer eigenständigen Meinung ist einerseits ein vielfältiges Meinungsangebot hilfreich, andererseits Transparenz im Hinblick auf die Interessen der Informationsanbieter.

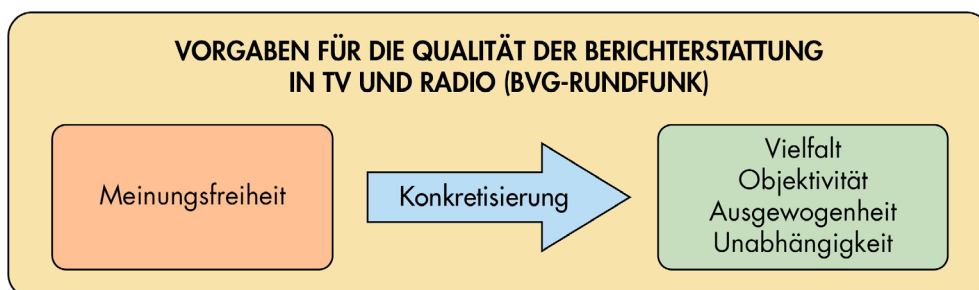
2.1.1. INFORMATIONSGUÄLITÄT

Das Mediengesetz legt die grundlegenden Spielregeln für alle Medien fest. Dazu kommen wegen der verstärkten Wirkungsmacht (siehe Kapitel 1.2 auf Seite 3) noch spezielle Regeln für Rundfunk. Die Grundlagen dafür finden sich im BVG-Rundfunk, das für Radio und Fernsehen **Objektivität**, **Vielfalt**, **Ausgewogenheit** und **Unabhängigkeit** vorschreibt.

Darauf basierend legen einfache Gesetze, zusätzlich zum MedienG, die Spielregeln für diese Medien fest: Das **ORF-Gesetz** (TV und Radio), das **Privatradiogesetz** (kommerzielles und nichtkommerzielles Privatrado) und das **Audiovisuelle-MediendiensteGesetz** (kommerzielles und nicht-kommerzielles Privat-Fernsehen). Der Anforderungsgrad für Objektivität, Vielfalt, Ausgewogenheit und Unabhängigkeit ist dabei für den ORF stärker ausgeprägt als für private Anbieter.

Das AMD-G gilt auch für **Sendungen im Internet**.

Betroffen ist jedes Filmmaterial im Internet, das im Rahmen eines größeren Angebots (Sendeplan oder Katalog) angeboten wird. Einzelne Filme fallen nicht hinein.



Mit **Objektivität** ist in erster Linie ein Sachlichkeitsgebot gemeint. Ein Gegenstand der Berichterstattung soll aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet werden. Wichtig ist vor allem die Möglichkeit zur Stellungnahme eines Betroffenen (dazu auch „Exkurs: Journalistische Sorgfalt“ auf Seite 28). In Kommentaren und Meinungen zeigt sich Objektivität in einer Tatsachengrundlage auf der eine Meinung argumentativ aufbaut.

Viele **weitere** Beispiele und Handlungsempfehlungen für ethischen Journalismus finden sich unter <http://ethicalmediatraining.eu/>
Auch an der Uni Graz gibt es ein ausführliches Manual für nicht-diskriminierende Sprache: <https://bit.ly/34RTsd3>

Der **ORF** ist zur **Binnenpluralität** verpflichtet. **Privatradio** dagegen bildet die **Vielfalt** insgesamt (in der **Summe aller Privatradios**) ab (Außenpluralität). Ein Beitrag zur Vielfalt ist deshalb wesentliches Auswahlkriterium bei der Vergabe von Privatradio-Lizenzen.

Ehrenkodex des Presserats: „Für die Leser*innen muss klar sein, ob es sich bei einer journalistischen Darstellung um einen Tatsachenbericht oder die Wiedergabe von [...] Meinung [...] handelt.“

Objektivität bedeutet von einem ethischen Standpunkt aus auch, dass man in der Berichterstattung auf **wertende Begriffe** achten und gegebenenfalls neutrale Begriffe verwenden soll. Das heißt (gebräuchliche) Begriffe auf ihre Wirkung und implizierten Wertungen zu hinterfragen. Beispiele:
Diskriminierende Begriffe streichen: Mensch mit Behinderung(en) statt „der Behinderte“, Asylwerber statt „Asylant“...
Oft gebrauchte Begrifflichkeiten hinterfragen: z.B. Flüchtlingswelle, an den Rollstuhl gefesselt sein, die Verharmlosung von Vergewaltigungen durch Begriffe wie „Sex-Spiele“...

Vielfalt oder Pluralität bedeutet ein breites Meinungs- und Informationsspektrum, dass verschiedenste Zugänge und Interessen berücksichtigt. Damit soll die Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen, abgebildet werden. Man unterscheidet zwischen **Binnenpluralität** (Vielfalt innerhalb eines Mediums) und **Außenpluralität** (Vielfalt innerhalb z.B. des privaten Hörfunksystems).

Die Forderung nach **Ausgewogenheit** soll sicherstellen, dass die verschiedenen Bereiche des gesellschaftlichen Lebens auch in einem ausgewogenen Verhältnis abgebildet werden.

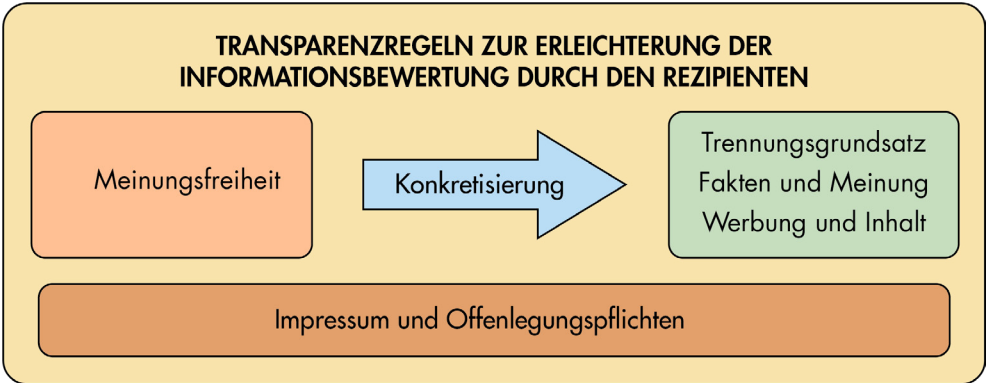
Für die Verantwortlichen eines Rundfunkprogramms wird **Unabhängigkeit** (vor allem gegenüber der Politik) gefordert, um ein objektives, vielfältiges und ausgewogenes Programm zu ermöglichen.

2.1.2. REGELN FÜR TRANSPARENZ IN DER INFORMATION

Daneben ist es für die Bildung einer eigenständigen Meinung unerlässlich, dass ein/e Medienrezipient*in die empfangenen Mitteilungen einordnen und bewerten kann.

Dabei wird die **Trennung von Fakten und Meinung** als wichtig angesehen. Inwieweit dies tatsächlich möglich ist, wird lebhaft diskutiert. Denn auch wertungsfreie journalistische Darstellungsformen (z.B. Bericht) enthalten meistens wertende Komponenten. Und auch die Auswahl von Fakten beinhaltet immer ein gewisses Maß an Wertung. Die Trennung ist gesetzlich auch nicht konsequent gefordert. Für den ORF besteht die Pflicht zur Trennung, für die anderen Rundfunkmedien nicht.

Die meisten Printmedien sind Mitglied des Presserates und nehmen diese Trennung im Wege der Selbstverpflichtung wahr. Auch die Freien Rundfunkmedien bekennen sich im Wege der Selbstverpflichtung durchwegs zum **Ehrenkodex** des Presserats.



Diese Trennung von Meinung und Nachricht ist auch bei Fotos relevant. Es kam in den letzten Jahren bereits zu Rügen des Presserats, wenn Artikel mit **Fotomontagen** bebildert wurden, diese aber nicht explizit gekennzeichnet waren. Ethisch gesehen, kann nur durch eine klare Kennzeichnung die Irreführung des Publikums ausgeschlossen werden. Ethisch besonders schwer wiegen Fotomontagen, die die tatsächlichen Verhältnisse verfälschen. Hier kann nicht mehr von einer gewissenhaften und korrekten Darstellung gesprochen werden. Es besteht zwar keine ausdrückliche gesetzliche Verpflichtung zur Kennzeichnung von Fotomontagen, eine solche kann aber im Rahmen der Objektivität erforderlich sein.

Für die Bewertung von Informationen ist es auch hilfreich zu wissen, ob es sich um einen redaktionellen Beitrag oder um bezahlte Werbung handelt. Auch finanzielle Unterstützung bei der Erstellung von redaktionellen Beiträgen muss erkennbar sein. Dadurch sollen Interessen von Werbetreibenden sichtbar werden. Neben demokratiepolitischen Gründen geht es hier um Überlegungen des Konsumentenschutzes.

Eine Kennzeichnung von Werbung wird deshalb im MedienG für alle Medien gefordert. Für Rundfunkmedien kommen noch strengere Regeln zur Anwendung. Das ORF-G, das PrR-G und das AMD-G fordern eine **klare Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung**. Deshalb haben alle Radio und TV-Programme Werbetrenner, die Werbung von redaktionellen Inhalten unterscheidbar machen. Für nicht-kommerzielle Rundfunkmedien ist Werbefreiheit eine (Status)Voraussetzung.

Auch im Onlinebereich besteht eine klare Kennzeichnungspflicht für Werbung. Dies wird vom ECG (E-Commerce-Gesetz) geregelt.

Aus ethischer Perspektive ist diese Kennzeichnung eine Information, die für das Publikum relevant ist, um den Beitrag zu **bewerten** und **einordnen** zu können. Wird ein Produkt empfohlen, weil es so gut ist? Oder weil damit Geld verdient wird? Transparenz ist deshalb nicht nur aus ethischer Perspektive wünschenswert, sondern kann in diesem Kontext auch das Vertrauen des Publikums in die Inhalte stärken und helfen sie zu bewerten.

Jeder **Einfluss von Werbetreibenden auf redaktionelle Inhalte** ist **strengstens verboten**. Verstöße können in letzter Konsequenz auch zum Verlust der Rundfunklizenz führen.

EXKURS: IMPRESSUM UND OFFENLEGUNG (§§ 24 UND 25 MEDIENG)

Für eine Bewertung und Einordnung von Information ist auch die Offenlegung von Eigentums- und Einflussverhältnissen und der grundlegenden (politischen) Ausrichtung eines Mediums. Daher sieht das MedienG für praktisch alle Medien eine Impressums- und Offenlegungspflicht vor. Es handelt sich um zusätzliche Informationen über das Medium. Diese sind auch hilfreich um Verantwortliche ausfindig zu machen wenn eine Berichterstattung Persönlichkeitsrechte verletzt.

Diese Pflichten gelten nicht nur für klassische Medien, wie Zeitungen oder Rundfunkveranstalter, sondern auch für **Websites, Blogs** oder **Facebook-Seiten**. Auf Facebook existieren dennoch öffentliche Fanseiten, bei denen diese Informationen völlig fehlen. In Österreich ist das ein Verstoß gegen das Medien-Gesetz. Ein Rückschluss darauf, wer für Seite und Inhalte verantwortlich ist, ist deshalb nicht möglich. Aus ethischer und demokratiepolitischer Sicht ist das besonders bei politischen Inhalten problematisch. Denn nur, wenn ich den Sender der Nachricht (Privatperson, Aktivist*in, Politiker*in) einordnen kann, kann ich auch die Aussagen einordnen, bewerten und in letzter Folge Wahlentscheidungen treffen.

2.2. SCHRANKEN DER MEINUNGSFREIHEIT IM GEMEINSCHAFTSINTERESSE

Medienrelevante Beschränkungen der Meinungsfreiheit im Interesse der Gemeinschaft finden sich vor allem zum Schutz des öffentlichen Friedens, der Justizarbeit und der Jugend. Den geschützten Gemeinschaftsgütern kommt dabei ein sehr hoher Stellenwert zu. Deshalb gibt es hier eine Einschränkung der Meinungsfreiheit und keinen wechselseitigen Ausgleich.



Aufforderung zu und Gutheißung von strafbaren Handlungen (§282 StGB)

Gegenüber einer breiteren Öffentlichkeit (also auch in Medien) ist die Aufforderung eine strafbare Handlung zu begehen ebenso verboten wie deren Gutheißung.

Verhetzung (§283 StGB)

Diese Regel dient dem Schutz des öffentlichen Friedens und dem Diskriminierungsschutz. Durch Rasse, Hautfarbe, Sprache, Religion, Weltanschauung, Nationalität, Ethnie, Geschlecht, Alter, Sexualität oder Behinderung definierte Gruppen und deren Mitglieder werden geschützt vor bestimmten öffentlichen, gegen sie gerichteten Handlungen. Das sind vor allem deren Beschimpfung bzw. Herabwürdigung und die Aufforderung zur Gewalt oder Aufstachelung zu Hass gegen sie. Auch Billigung, Leugnung, Verharmlosung und Rechtfertigung von gerichtlich festgestellten Kriegsverbrechen oder Völkermord gegen diese Gruppen fällt hier hinein.

Verbotene Einflussnahme auf ein Strafverfahren (§23 MedienG)

Der Schutz vor vorverurteilenden Veröffentlichungen soll medialen Druck auf den Ausgang von Verfahren verhindern, die Unparteilichkeit von Richter*innen sicherstellen und das Prinzip der Unschuldsvermutung stützen. In laufenden Strafverfahren sind sowohl die mediale Wertung von Beweisen, als auch Erörterungen über den Ausgang des Verfahrens verboten, wenn dies den Ausgang des Verfahrens beeinflussen kann.

Gewaltverherrlichung und Pornografie (§10 ORF-G, §16 PrRG, §42 AMDG)

Das ORF-G, das PrR-G und das AMD-G verbieten im Interesse des Jugendschutzes Inhalte mit pornografischen und gewaltverherrlichenden Inhalten. Diese Regeln sind nicht strafrechtlich relevant, können aber bei privaten Rundfunkveranstaltern zum Entzug der Sendelizenz führen.

Werther-Effekt: Beobachtungen zeigen, dass es vermehrte Suizidversuche gibt, wenn Medien ausführlich über Selbstmord berichten.

Diese gesetzlichen Regelungen gehen Hand in Hand mit der Medienethik. Ethisch können darüber hinaus noch weitere Einschränkungen notwendig sein. Der österreichische Presserat verweist z.B. darauf, dass bei der Berichterstattung über **Suizid**(versuche) und Selbstverstümmelung(-versuche) Zurückhaltung angebracht ist. Dadurch sollen Nachahmungen (sogenannter **Werther-Effekt**) verhindert werden. Verantwortung, die Journalist*innen gegenüber der Gesellschaft haben. Der deutsche Presserat nennt weitere Themen, die rechtlich im Rahmen aber ethisch problematisch sind:

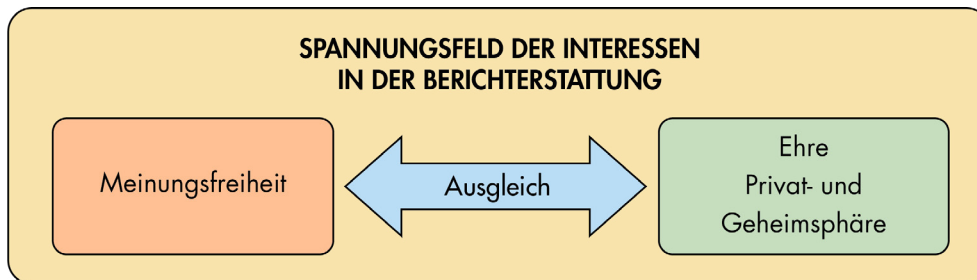
Er verweist z.B. auf einen verantwortungsvollen Umgang in der Berichterstattung über Nachrichten aus der Medizin. Es soll keine sensationelle Darstellung erfolgen, die Hoffnungen oder Befürchtungen beim Publikum wecken könnte. In beiden Beispielen geht es ganz klar um die Abwägung, ob Berichterstattung seine Kontroll- und Kritikfunktion wahrnimmt, über gesellschaftlich wichtige Ereignisse berichtet, oder nur auf die Befriedigung einer Sensationsgier abzielt. Eine ethische Leitlinie für die Berichterstattung kann demnach sein: **Dient die Berichterstattung der Information oder der Sensation?** Wenn es um die reine Sensation geht, sollte aus ethischen Gesichtspunkten auf die Berichterstattung verzichtet werden.

3. SCHUTZ VON EINZELINTERESSEN (PERSÖNLICHKEITSSCHUTZ)

Eine wesentliche Grundlage für das Zusammenleben in demokratischen Gesellschaften ist die Würde des Menschen. Persönlichkeitsrechte schützen die **Menschenwürde**, die Einzelnen und ihre Existenz als Personen. Grundrechtlich ist der Persönlichkeitsschutz vor allem in **Art 8 der EMRK** „Achtung des Privat und Familienlebens“ geregelt, einfachgesetzlich im Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuch, im Urheberrechtsgesetz, im Mediengesetz und im Strafgesetzbuch. Die Schutzbereiche überschneiden sich dabei teilweise, die Konsequenzen hingegen unterscheiden sich. Sie reichen von Entschädigungs- und Schadenersatzansprüchen über Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche bis zum Anspruch auf Veröffentlichung der Wahrheit gegen die Journalist*innen und/oder Medieninhaber*innen (ABGB, UrhG, MedienG). Das Strafgesetzbuch sieht Geld- und Freiheitsstrafen für Journalist*innen und Medieninhaber*innen vor. Alle hier relevanten Bestimmungen setzen voraus, dass eine mehr oder weniger starke Öffentlichkeit angesprochen wird, was bei Äußerungen in Medien immer der Fall sein wird.

Artikel 8 EMRK

- (1) Jedermann hat Anspruch auf Achtung seines Privat- und Familienlebens, seiner Wohnung und seines Briefverkehrs.
- (2) Der Eingriff [...] ist nur statthaft, insoweit dieser [...] eine Maßnahme darstellt, die in einer demokratischen Gesellschaft [...] notwendig ist.



Im Sinne eines **Ausgleichs** zwischen **öffentlichem Interesse** und **Einzelinteressen** gibt es verschiedene Umstände, die im Einzelfall einen Eingriff in die geschützten Positionen rechtfertigen können. So sind z.B. wahrheitsgetreue Veröffentlichungen grundsätzlich zulässig, wenn sie nicht in die rechtlich geschützten Bereiche der Privat- oder Geheimsphäre oder unverhältnismäßig in die menschliche Würde eingreifen, wie z.B. im Fall einer Beleidigung.

Jede Person ist durch Medienberichterstattung Gefahren ausgesetzt, sobald sie identifizierbar ist. Daher ist die grundsätzliche Frage vor jeder Berichterstattung immer, ob die Identität einer Person überhaupt offengelegt werden soll. Einmal getätigte Äußerungen prägen ein Bild in der Gesellschaft und können zerstörerisches Potential entfalten, das schwer rückgängig zu machen ist.

WAHRE ÄUSSERUNGEN SIND
GRUNDSÄTZLICH UNPROBLEMATISCH

(VORSICHT: HÖCHSTPERSÖNLICHER
LEBENSBEREICH!)

Für ein grundlegendes Verständnis kann man die Persönlichkeitsrechte in zwei Schutzgüterkategorien teilen. Einerseits das **gesellschaftliche Ansehen** in persönlicher & wirtschaftlicher Hinsicht, andererseits die **Privat & Geheimsphäre**.

3.1. SCHUTZ DES ANSEHENS IN DER GESELLSCHAFT

Üble Nachrede (§111 StGB und §6 MedienG, §116 StGB schützt Behörden)

Üble Nachrede bedeutet vereinfacht, dass über eine Person vor anderen schlecht gesprochen wird und dies nicht stimmt. Es geht um den Vorwurf einer verächtlichen Eigenschaft bzw. Gesinnung oder eines unehrenhaften Verhaltens. Der Vorwurf muss, die soziale Wertschätzung der/des Betroffenen beeinträchtigen, z.B. Lügner, Betrüger, Spesenritter, Faschist (Charaktervorwurf) oder Bestechlichkeit, Ehebruch, strafbare Handlungen (Verhaltensvorwurf).

Nicht strafbar sind wahre Tatsachenvorwürfe. In diesem Zusammenhang sind auch kritische Werturteile (Meinung) zulässig, die sich auf ein (wahres) Tatsachensubstrat stützen. Das bedeutet, dass an einen wahren Sachverhalt eine entsprechende Wertung geknüpft werden darf, solange sie nicht exzessiv (unverhältnismäßig) ist.

Verleumdung (§297 StGB und §6 MedienG)

Jemand wird wissentlich zu Unrecht einer strafbaren oder standeswidrigen Handlung verdächtigt und dadurch der Gefahr einer behördlichen Verfolgung ausgesetzt.

Kreditschädigung (§152 StGB)

Es werden unrichtige Tatsachen behauptet, die die Vertrauens- und Glaubwürdigkeit einer Person im wirtschaftlichen und beruflichen Bereich gefährden.

Schutz der Unschuldsvermutung (§7b MedienG)

Die Unschuldsvermutung schützt vor Rufschädigung und einer medialen Vorverurteilung im Sinne eines fairen Prozesses. Verletzt ist die Unschuldsvermutung, wenn eine strafrechtlich nur verdächtige Person als überführt oder schuldig hingestellt wird oder als Täter und nicht nur als Tatverdächtiger.

Beleidigung (§115 StGB und §6 MedienG, §116 StGB schützt Behörden)

Beleidigung ist eine Verspottung (Verhöhnung wegen persönlicher Eigenschaften, z.B. Behinderung) oder eine herabsetzender Missachtung ohne konkreten Charakter- oder Verhaltensvorwurf (z.B. derbe Schimpfwörter wie Sau, Idiot, Jungnazi). Die Grenzen zur üblen Nachrede sind fließend. Auch eine körperliche Misshandlung oder deren Androhung ist eine Beleidigung.

Vorwurf einer abgetanen, gerichtlich strafbaren Handlung (§113 StGB)

Diese Bestimmung soll Resozialisierungsmöglichkeiten nach verbüßter Strafe fördern. Unter Umständen kann überwiegendes öffentliches Interesse einen Vorwurf rechtfertigen (Interessenabwägung).

Identitätsschutz (§7a MedienG)

Opfer (vor allem wenn sie bloßgestellt werden) und Täter*in bzw. Tatverdächtige (bei Strafdrohung unter 3 Jahren oder bei Jugendlichen) von strafbaren Handlungen sollen nicht bekannt werden. Identitätsmerkmale (Namen, Bilder etc.) können aber veröffentlicht werden, wenn sie einen eigenständigen Informations- oder Nachrichtenwert haben, der größer ist als die Interessen der Opfer oder Täter*innen. (z.B. Widerspruch zwischen Straftat und beruflicher Verantwortung eines Täters)

WAHRHEIT (ALLEIN)
SCHÜTZT VOR STRAFE NICHT

Zivilrechtlicher Ehrschutz (§1330 ABGB)

Zusätzlich zu diesen Regeln sind gesellschaftliches Ansehen (Ehre) und wirtschaftliches Ansehen (Kredit, Erwerb, Fortkommen) auch zivilrechtlich geschützt.

3.2. SCHUTZ DER PRIVAT- UND GEHEIMSPHÄRE

Namensrecht (§16 und §43 ABGB)

Grundsätzlich ist für jede Namensnennung ein sachlicher Zusammenhang zwischen berichtetem Inhalt und Namensträger*in nötig. Niemand soll grundlos ans Licht der Öffentlichkeit gezerrt werden.

Recht am eigenen Bild (§78 UrhG)

Die Aufnahme von Bildern einer Person an sich ist erlaubt. Die Veröffentlichung ist nur zulässig, wenn sie keine berechtigten Interessen der Person verletzt. (z.B. entwürdigende oder herabsetzende Veröffentlichungen, unwarahren Behauptungen, Verwendung für Werbezwecke). Die Beurteilung erfolgt im Gesamtzusammenhang (z.B. mit einem Begleittext).

Briefschutz (§77 UrhG)

Vertrauliche Aufzeichnungen (z.B. Briefe, Tagebücher, E-Mails) dürfen nicht veröffentlicht werden, wenn berechnigte Interessen von Verfasser*in oder Adressat*in verletzt werden. Das ist der Fall, wenn z.B. Krankheit, politische Anschauung oder die sexuelle Orientierung thematisiert werden.

Schutz des höchstpersönlichen Lebensbereiches (§7 MedienG)

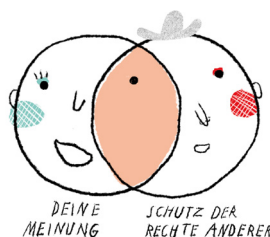
Geschützt wird vor bloßstellenden Berichten über den höchstpersönlichen Lebensbereich. Das ist bei Berichten über den engsten Kreis der Intimsphäre immer der Fall (z.B. Krankheiten, Sexualverhalten, Familientragödien...). Darüber hinaus kommt es darauf an, wie weit die persönliche Integrität durch die öffentliche Kenntnis berührt wird. Das hängt auch von der Art der Darstellung ab. Auch Angelegenheiten im halböffentlichen Raum können geschützt sein (z.B. kleines Restaurant). Nicht mehr zum höchstpersönlichen Lebensbereich gehören Angelegenheiten des Berufslebens.

Missbrauch von Tonaufnahme- oder Abhörgeräten (§120 StGB)

Heimliches Abhören oder Aufnehmen fremder, nicht öffentlicher Äußerungen durch jemanden, für den die Äußerung nicht bestimmt ist, ist strafbar. Der/Die Adressat*in einer Äußerung, darf diese aber für sich selbst aufnehmen. Veröffentlichung oder bloße Weitergabe (ja schon die Wiedergabe vor Dritten) einer solchen Aufnahme ohne Zustimmung der Äußernden ist aber strafbar.

Schutz vor verbotenen Veröffentlichungen (§7c MedienG)

Polizeiliche Telekommunikationsüberwachungen, Lausch- und Spähangriffe greifen besonders intensiv in die Privatsphäre ein. Deshalb ist die Veröffentlichung ihrer Inhalte verboten, wenn sie nicht in der Gerichtsverhandlung verwendet worden sind und die schutzwürdigen Interessen der Betroffenen verletzt werden. Das ist bereits dann der Fall, wenn berechnigte private Interessen oder Berufs-, Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse beeinträchtigt sind.



Aus ethischen Gründen sollte auch überlegt werden, wie **Material** für eigene Berichte **beschafft** wird. Der Presserat sieht hier neben dem Missbrauch von Tonaufnahme- und Abhörgeräten auch Druckausübung, Irreführung und Ausnützen von emotionalen Stresssituationen als unzulässig an.

Zu erwähnen ist hier, dass Persönlichkeitsrechte von **Kindern und Jugendlichen** einen besonders hohen Wert haben. Im Ehrenkodex des Österreichischen Presserats heißt es: „Bei Kindern ist dem Schutz der Intimsphäre Vorrang vor dem Nachrichtenwert einzuräumen“ und „Bei der Befragung und beim Photographieren von Kindern und in der Berichterstattung über Fälle, die deren Existenz nachteilig beeinflussen kann, ist besondere Zurückhaltung geboten.“ Wenn Kinder befragt werden oder an Sendungen mitwirken, ist aus ethischer Perspektive zu beachten, dass sie Auswirkungen und Folgen ihrer Aussagen noch nicht einschätzen können. Den Produzent*innen kommt deshalb die Aufgabe zu, sie darauf hinzuweisen, miteinander zu reflektieren und gemeinsam zu entscheiden, was mit den Aufnahmen geschehen soll. Kinder und Jugendliche sollten in der Berichterstattung nie entwürdigt oder lächerlich gemacht werden. Hier gilt es die Balance zu finden, zwischen dem Schutz der Kinder vor möglichen Folgen und ihrem Recht auf Meinungsäußerung sowie kreative Gestaltung ihrer eigenen Inhalte.

3.3. ZULÄSSIGKEIT VON EINGRIFFEN

Parlamentsberichterstattung (§30 MedienG)

Berichte über öffentliche Parlamentssitzungen oder -ausschüsse (Nationalrat, Bundesrat; nicht Gemeinderat) sind immer zulässig. In solchen Sitzungen werden oft Inhalte thematisiert, die an sich dem Persönlichkeitsschutz unterliegen. Berichte darüber sind zulässig solange sie wahr und neutral (nicht wertend) sind.

Wahrheit (§112 StGb und §6ff MedienG)

Die Veröffentlichung von **wahren Tatsachen** ist grundsätzlich erlaubt, solange sie nicht den Kern der Menschenwürde oder die Privat- und Geheimsphäre betrifft.

Bei einer Beleidigung wird der Kern der menschlichen Würde ohne sachliche Begründung verletzt. Solche Aussagen (z.B. Verspottung wegen einer Behinderung) sind immer strafbar, auch wenn sie wahr sind.

Im Fall von Verleumdung, Kreditschädigung und Unschuldsvermutung bleiben wahrheitsgemäße Äußerungen straflos, im Fall der üblen Nachrede, solange es nicht um Tatsachen des höchstpersönlichen Lebensbereichs geht.

Bei übler Nachrede im Zusammenhang mit Tatsachen des höchstpersönlichen Lebensbereichs (z.B. die sexuelle Beziehung eines Verteidigungsministers zu einer spionageverdächtigen Person) und allen übrigen Regeln kommt es bei einer wahren Äußerung zu einer **Abwägung** zwischen den **Interessen der Betroffenen** und dem **Informationsinteresse der Öffentlichkeit**.

Wahrheit und journalistische Sorgfalt (§6ff MedienG und §29 MedienG)

Bei übler Nachrede, die nicht den höchstpersönlichen Lebensbereich betrifft, genießen Medienherausgeber*innen und Medienmitarbeiter*innen eine privilegierte Stellung. Wenn sie ihre journalistischen Sorgfaltspflichten wahrnehmen und die Behauptung für wahr halten, sind auch unwahre Behauptungen zulässig. Es kommt aber auch hier zu einer Abwägung, d.h. das öffentliche Interesse muss überwiegen.

Gerade an einer wahrheitsgetreuen Berichterstattung über vorwerfbares Verhalten, das wichtige Gemeinschaftsangelegenheiten betrifft (Kontrollfunktion von Medien), besteht oft ein gesteigertes öffentliches Interesse.



Äußerungen von Dritten

Medieninhaber*innen sind grundsätzlich verantwortlich für Aussagen von Dritten, die in ihrem Medium getroffen werden. Davon gibt es aber Ausnahmen:

- **Live Sendung (§§6ff MedienG)**

Da Äußerungen von Dritten in Live-Sendungen von Medieninhaber*innen nur schwer kontrolliert werden können, ist die Haftung dafür **beschränkt**. Wenn die **journalistischen Sorgfaltspflichten** eingehalten werden, sind Üble Nachrede oder eine Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs, des Identitätsschutz oder der Unschuldsvermutung von der Haftung ausgenommen.

Die **journalistische Sorgfalt** verlangt hier die **untendenzlose Auswahl der Gesprächspartner*innen** und verbietet eine Zustimmung zu den Äußerungen (z.B. durch Diskussionsleiter).

- **Websites (§§6ff MedienG)**

Ähnliches gilt für Äußerungen Dritter auf Websites (z.B. in **Online-Foren**). Eine Medieninhaber*in haftet nicht für Üble Nachrede oder eine Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs, des Identitätsschutz oder der Unschuldsvermutung, wenn die **journalistischen Sorgfaltspflichten** eingehalten werden. Sobald der/die Medieninhaber*in Kenntnis davon hat, sind rechtswidrige Inhalte aber selbstverständlich zu entfernen.

- **Zitatregelung (§6 und §7b MedienG)**

Hier geht es nicht um mangelnde Kontrollmöglichkeiten, da beim Zitat die redaktionellen Mechanismen nicht beschränkt sind. Von Interesse ist, dass eine bestimmte Person zu einer bestimmten Sache etwas gesagt hat. Bei überwiegendem Interesse der Öffentlichkeit, haften Medieninhaber*innen nicht für die Wiedergabe einer wahrheitsgetreuen Äußerung von Dritten (Zitat), die eine Verletzung der Unschuldsvermutung oder eine Üble Nachrede darstellt. Eine Üble Nachrede, die jedoch den höchstpersönlichen Lebensbereich betrifft, ist nicht von der Privilegierung umfasst. Der/die Äußernde muss namentlich genannt werden, eine Identifizierung mit der Äußerung ist unzulässig.

Auch **Retweets** oder **Facebook-Shares** fallen unter die Zitatregelung und Likes können unter Umständen schon eine Zustimmung zum Ausdruck bringen.

Exkurs: Freiheit der Kunst und der Wissenschaft (Art 17 und 17a StGG)

Die Kunst- und die Wissenschaftsfreiheit erweitern die Grenzen für erlaubte Äußerungen. Vor allem **Satire, Parodie und Karikatur** spielen im Medienkontext eine Rolle. Die Äußerungen sind dabei nicht wörtlich zu verstehen, es kommt auf den Aussagekern an. Die Grenzen sind vor allem überschritten, wenn der Kern der Ehre, der Würde oder des gesamten öffentlichen Ansehens einer Person verletzt werden.

Bewertungskriterien bei Interessensabwägungen

Wenn eine Interessensabwägung vorzunehmen ist. Zusätzlich zum bisher Gesagten sind dabei noch weitere Kriterien ausschlaggebend:

- **Inhaltsauslegung**

Bei der Frage, wie eine Äußerung zu verstehen ist, kommt es auf den **Eindruck der Durchschnittsadressaten** des jeweiligen Mediums an.

Es kann einen Unterschied machen, ob eine Äußerung etwa im Standard oder in Ö24 getätigt wird.

Öffentliches Interesse

Ob ein berechtigtes öffentliches Interesse besteht hängt einerseits von dem jeweiligen Inhalt ab. Soll die Äußerung ein Beitrag zu einer **wichtigen Frage der demokratischen Gesellschaft** leisten? Hat die betreffende Person selbst die Sache in die Öffentlichkeit getragen?

Andererseits geht es um die **Stellung der Person in der Öffentlichkeit**. Steht sie grundsätzlich in der Öffentlichkeit (z.B. Personen der Zeitgeschichte wie Politiker*innen, Schauspieler*innen, Prominente) oder ergibt sich das

Die **geschützte Privatheit** einer Person verflüchtigt sich umso mehr, je stärker der Öffentlichkeitsbezug ihrer Handlungen ist.

- Interesse aus der beruflichen Funktion (Spitzenbeamte)?
- **Person des öffentlichen Lebens**
Politiker*innen und andere im öffentlichen Leben stehende Personen müssen sich stärkere Kritik gefallen lassen (Public-Figures-Standard).
- **Rückschlags-Prinzip**
Auch wer sich selbst besonders kritisch oder hart äußert, muss selbst härtere Kritik hinnehmen.

EXKURS: JOURNALISTISCHE SORGFALT

Die journalistische Sorgfalt ist Richtschnur und **Kompass** für eine seriöse und faire journalistische Vorgehensweise. Deshalb kommt es im Rahmen journalistischer Arbeit in manchen Fällen zu Haftungseinschränkungen, wenn die journalistische Sorgfalt eingehalten wird. Das ist vor allem im Hinblick auf strafrechtliche Delikte von großer Bedeutung. In den Genuss dieses **Privilegs** kommen hier aber nur **Medienmitarbeiter*innen** und Medieninhaber*innen.



Medieninhaber*in ist z.B. bei sozialen Medien der/die Inhaber*in des jeweiligen Facebook-, Twitter- oder Instagram-Accounts.

Als Medienmitarbeiter*innen werden nach derzeitiger Rechtslage nur professionelle Journalist*innen angesehen. **Medieninhaber*in** dagegen ist nicht der/die einzelne Journalist*in, sondern die Person, die die Letzverantwortung für die inhaltliche Gestaltung eines Mediums trägt.

Wesentlich für die journalistische Sorgfalt ist eine sachgerechte und **gründliche Recherche**. Bei der Beurteilung wird die Zuverlässigkeit der Informationsquelle berücksichtigt, die Heranziehung von alternativen Quellen, aber auch der äußeren Umständen geschuldete Zeitdruck. Zentrales und unverzichtbares Erfordernis ist jedenfalls die Einholung einer **Stellungnahme** der betroffenen Person.

Im Ehrenkodex der österreichischen Presse heißt es hierzu: „Beschuldigungen dürfen nicht erhoben werden, ohne dass nachweislich wenigstens versucht worden ist, eine Stellungnahme der beschuldigten Person(en) oder Institution(en) einzuholen.“

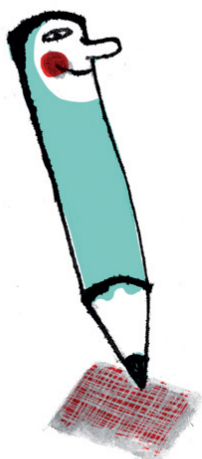
Bei (fast) jeder Zusammenstellung eines Beitrags oder einer Sendung kommt es zu einer **Auswahl und Kürzung** des vorliegenden Materials. Aussagen werden miteinander verknüpft, Interviews ins große Ganze eingebettet. Es kommt zu **Neukombination von Material**. Hier ist aus ethischer Perspektive ganz besonders darauf zu achten, dass Aussagen und Inhalte durch (Ver-)Kürzungen und durch die neue Zusammenstellung nicht verzerrt oder in einen anderen Kontext gebracht werden!

EXKURS: REDAKTIONSGEHEIMNIS

Ein weiteres journalistisches Privileg ist das Redaktionsgeheimnis. In jedem behördlichen Verfahren, also vor Gerichten, aber auch vor Verwaltungsbehörden, kann die Beantwortung von Fragen nach der Identität von Beitragsgestalter*innen und Informant*innen verweigert werden.

Dieser Quellenschutz, das letzte Mosaiksteinchen der journalistischen Tätigkeit, wird vom EGMR als wesentliche Grundlage der Pressefreiheit angesehen. Damit soll die Funktion der Medien als ‚Public Watchdog‘ und damit ihre essentielle Rolle im Prozess der demokratischen Meinungsbildung geschützt werden.

4. CHECKLIST FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG MEINER PRODUKTION



Bevor eine eigene Produktion veröffentlicht wird, sollten noch einmal kurz die **wichtigsten Eckpunkte** gecheckt werden:

- Habe ich bei der Verwendung von **Fremdmaterialien** und bei der Aufnahme von eigenem Material alle rechtlichen Eckpunkte beachtet? (siehe Kapitel II auf Seite 5)
- Habe ich die **Rechte** für die **Veröffentlichung** des Materials (alle **Zwecke**)?
- Wahre ich die **Persönlichkeitsrechte**, der Personen, über die ich spreche? (siehe Kapitel III.3 auf Seite 23)
- Halte ich mich an die **journalistische Sorgfaltspflicht** (siehe „Exkurs: Journalistische Sorgfalt“ auf Seite 28)
 - **Objektivität**/Einholen mehrerer Meinungen
 - Gründliche **Recherche**
 - Keine Behauptungen über Personen/Institutionen, ohne vorherige **Rückfrage**
 - **Keine Manipulation/Verzerrung** von Aussagen durch Schnitt oder Kontext
- Bin ich meinem Publikum gegenüber **transparent**?
 - Trennung von **Fakt und Meinung**
 - Trennung & Kennzeichnung von **Werbung und redaktionellem Inhalt**
 - Führe ich ein **Impressum**?

Produzent*innen haben nicht nur **rechtliche**, sondern auch **ethische Verantwortung**. Die wichtigsten ethischen Richtlinien können auf folgende Eckpunkte reduziert werden:

Ethik stellt die **Grundlage** vieler **Gesetze**, aber auch eine **Ergänzung** zu diesen Regelungen dar.

Materialbeschaffung: Woher kommt das Material, das ich verwende? Wie bin ich an das Material gekommen? War ich transparent meinen Quellen gegenüber, was mit dem Material geschieht?

Aussagen meiner Inhalte: Bin ich meinem Publikum gegenüber transparent? Trenne ich meine eigene Meinung klar von Fakten/Informationen? Hinterfrage ich Begrifflichkeiten und Formulierungen und benutze ich neutrale Begriffe? Gibt es einen Sachbezug, wenn ich Eigenschaften von Personen nenne, die zu Diskriminierung oder Vorurteilen einer Gruppe gegenüber führen können? Dient mein Beitrag der Information oder dient er nur der Befriedigung von Informationsgier?

Medien und damit auch rechtliche und ethische Fragestellungen sind stets im Wandel. Neue ethische Fragestellungen tauchen mit gesellschaftlichen Veränderungen auf. Es werden deshalb auch in Zukunft neue Fragestellungen aufkommen, für deren Beantwortung es ethische Richtlinien braucht. Weitere Inputs und Anregungen zu ethischen Überlegungen finden sich zum Beispiel in den verschiedenen Fällen des österreichischen Presserats.

Zu allen entschiedenen Fällen seit 2011: https://www.presserat.at/show_content.php?hid=14

COMMIT ist die Weiterbildungseinrichtung an der Schnittstelle zwischen nicht-kommerziellem Rundfunk, Erwachsenenbildung und Forschung in Österreich. Ziel ist die Förderung der Auseinandersetzung mit und die Weiterentwicklung von nicht-kommerziellen Medien auf allen gesellschaftlichen Ebenen unter verstärkter Berücksichtigung der Digitalisierung. COMMIT gestaltet Weiterbildungen, Projekte und Begleitforschung in Zusammenarbeit mit AkteurInnen nicht-kommerzieller Medien, der Erwachsenenbildung und der Wissenschaft.

www.commit.at