

§ 10: INHALTE UND FORMEN DER BERICHTERSTATTUNG

A. Mediale Information und Realität

Mediale Darstellungen können nur ein Bild der Realität, nicht aber die Realität selbst wiedergeben. Wenn Medien ihre Leser, Nutzer, Hörer oder Zuschauer erreichen wollen, sind sie vielfach zu Vereinfachungen oder Darstellungskompromissen gezwungen, die zulasten einer inhaltlich umfassenden Information gehen. Vor allem jedoch müssen Medien eine **Auswahl** treffen und entscheiden, was sie für berichtenswert halten und was nicht. Daher könnte selbst ein Medienunternehmen, das seinem Selbstverständnis nach allein auf pure Dokumentation zugeschnitten ist, niemals im strengen Sinne „objektiv“, sondern höchstens weniger tendenziös als andere sein.

In der Kommunikationswissenschaft werden unterschiedliche Faktoren für die Auswahl formuliert. Nach *Pürer*, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 2. Auflage 2014, S. 133 ff. mwN. spielen unter anderem die Bedeutsamkeit, Auffälligkeit und Seltenheit sowie Eindeutigkeit von Nachrichten eine Rolle. Ebenso wird ein Ereignis umso eher zur Nachricht, je stärker es personalisiert ist, sich also im Handeln oder Schicksal von Personen darstellt. In gleicher Weise wird ein Ereignis umso stärker beachtet, je negativer es ist, also Konflikt, Kontroverse, Aggression, Zerstörung oder Tod betrifft.

B. Informationsformen

Den Medien stehen verschiedene Informations- und Darstellungsformen zur Verfügung. Das Recht muss zwischen den verschiedenen redaktionellen Formen unterscheiden, weil sie sich auf die Auslegung von medialen Äußerungen und auf die Bestimmung des öffentlichen Informationsinteresses auswirken.

I. Dokumentation

Die klassische Form der Dokumentation ist der Bericht, der Informationen unverändert übermittelt. Solche Berichterstattungen bedienen das Interesse an Unverändertheit und Authentizität, also letztlich an Wahrheit und Glaubwürdigkeit. Der Mitteilende referiert, was passiert ist oder aktuell passiert und enthält sich einer eigenen Bewertung. Das Recht kennt mehrere Regeln, die speziell dieses Interesse schützen sollen.

- Unter den Voraussetzungen von **§ 48 Abs. 1 UrhG** ist es erlaubt, eine öffentliche Rede im Wortlaut zu veröffentlichen, ohne dass der Urheber einverstanden muss. Die Vorschrift schützt ein Dokumentationsinteresse. Die exakte wortwörtliche Wiedergabe ist manchmal aussagekräftiger als eine rein inhaltliche Wiedergabe, die urheberrechtlich gerade nicht verboten wäre.
- Ein weiteres Beispiel ist die Parlamentsberichterstattung, **Art. 42 Abs. 3 GG, § 37 StGB**. Sie beschränkt sich nicht auf die wortwörtliche Wiedergabe, sondern gilt allgemein für „*wahrheitsgetreue Berichte*“.

Die zentrale Form der Dokumentation ist die Wiedergabe von Tatsachen.

Eine Tatsache ist etwas Geschehenes oder Bestehendes, das in die Wirklichkeit getreten und einer objektiven Klärung und dem Beweis zugänglich ist, BGH vom 16.6.1998 (IM-Sekretär), BGHZ 139, 95, 102. Tatsachen haben einen deskriptiven, empirischen Gehalt und beziehen sich auf einen bestimmten geschichtlichen Vorgang, BGH vom 28.6.1994, NJW-RR 1994, 1242, 1243. Sie haben zum Inhalt, dass etwas stattgefunden hat oder nicht stattgefunden hat. Einzelheiten behandelt die Vorlesung Äußerungsrecht.

Tatsachen sind ein unverzichtbares Element der Information. Das Ermitteln, unter Umständen sogar das erstmalige Aufdecken sowie das Öffentlichmachen von relevanten Fakten ist ein essenzieller Gegenstand der journalistischen Arbeit und eine zentrale Aufgabe der Medien insgesamt. So erhalten die Öffentlichkeit und der Einzelne Wissen, das ihnen andernfalls womöglich nicht zugänglich wäre. Die Kenntnis der relevanten Fakten ist zugleich die Basis jeder seriösen Meinungsbildung. Wer zu Beurteilungen und Einschätzungen kommen möchte, muss wissen, über welche Vorgänge er überhaupt urteilt.

Tatsachen haben die „Überzeugungs- und Beweiskraft des Faktums“, BGH vom 21.6.2011 (Prinzip Arche Noah), NJW 2011, 3516 Rn. 11. Über sie lässt sich nicht streiten. Diese zentrale Bedeutung für die öffentliche Meinungsbildung haben Tatsachenangaben freilich nur, wenn sie richtig sind. Falsche oder erfundene Tatsachenangaben beziehungsweise die Annahme, es hätten Vorgänge stattgefunden, die in Wirklichkeit nicht stattgefunden haben, helfen der Meinungsbildung nicht weiter, BVerfG vom 9.10.1991 (Kritische Bayer-Aktionäre), BVerfGE 85, 1, 15.

Die Zulässigkeit von Tatsachenäußerungen beurteilt sich deshalb wesentlich nach ihrem Wahrheitsgehalt. Unwahre (§§ 824 Abs. 1 BGB, 187 StGB) und nicht erweislich wahre (§ 186 StGB) Tatsachenäußerungen sind prinzipiell unzulässig.

II. Auseinandersetzung

Die Auseinandersetzung bezweckt dagegen eigene Stellungnahmen oder Bewertungen eines Vorgangs durch den Äußernden selbst. Das klassische Beispiel ist der Kommentar.

Auch das Auseinandersetzungsinteresse wird speziell geschützt. Zum Beispiel ist das Zitat urheberrechtlicher Werke nur erlaubt, wenn es gerade zum Zweck der Auseinandersetzung gemacht wird, **§ 51 Satz 1 UrhG** („zum Zweck des Zitats“).

Das wichtigste Instrument zur Auseinandersetzung ist das Äußern einer Meinung.

Die Meinung ist als Werturteil durch die subjektive Beziehung des Sich-Äußernden zum Inhalt seiner Aussage geprägt, durch Elemente der Stellungnahme und des Dafürhaltens gekennzeichnet, BVerfG vom 13.4.1994 (Auschwitzlüge), BVerfGE 90, 241, 247; BGH vom 16.6.1998 (IM-Sekretär), BGHZ 139, 95, 102.

Über Einschätzungen und Bewertungen lässt sich streiten. Meinungen zielen geradezu auf Streit beziehungsweise darauf, andere intellektuell zu überzeugen und sie für die selbst vertretene Einordnung zu gewinnen, BVerfG vom 22.6.1982 (NPD Europas), BVerfGE 61, 1, 7. Aus Sicht des öffentlichen Informationsinteresses kann jede Meinung – und sei sie noch so absonderlich oder ungewöhnlich – sinnvoll zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen. Meinungen können nur an Maßstäben gemessen werden, die von der Überzeugung des Urteilenden, von gesellschaftlichen Vorstellungen, politischen Ansichten und Erfahrungen abhängen. Ihre „Richtigkeit“ lässt sich nicht durch eine richterliche Beweiserhebung feststellen. Es gibt in diesem Sinne keine „unrichtigen“ Ideen oder Meinungen. Über die „Richtigkeit“ von Werturteilen soll nicht die Justiz, sondern der mündige und zum eigenen Urteil im Kampf der Meinungen aufgerufene Bürger befinden.

Meinungen werden an einem anderen rechtlichen Maßstab gemessen als Tatsachenäußerungen, nämlich prinzipiell an dem Verbot der Schmähung. Es handelt sich um eine Art Grundkategorie. Da die Einordnung als Schmähung nur sehr zurückhaltend in Betracht gezogen wird, gibt es im Ergebnis gegenüber zahlreichen Meinungsäußerungen keinen Schutz. Beeinträchtigungen in Gestalt von Werturteilen hat der Betroffene in weiten Grenzen hinzunehmen.

Die Meinungsfreiheit erfordert es in den Augen der Gerichte, dass auch in der Art der Meinungsäußerung große Freiheit gewährt und bei der Annahme einer Beleidigungsabsicht Zurückhaltung geübt wird, BGH vom 21.6.1966 (Höllengefängnis), BGHZ 45, 296, 308. Der Einzelne soll wegen wertender Äußerungen grundsätzlich keinen gerichtlichen Sanktionen ausgesetzt werden. Bereits die bloße Befürchtung solcher Folgen bringt die Gefahr mit sich, die öffentliche „Diskussion zu lähmen oder einzuengen und damit Wirkungen herbeizuführen, die der Funktion der Freiheit der Meinungsäußerung in der durch das Grundgesetz konstituierten Ordnung zuwiderlaufen“, BVerfG vom 13.5.1980 (Römerberg-Gespräche), BVerfGE 54, 129, 139 mwN.

III. Illustration

Informationen können manchmal besser vermittelt und einfacher aufgenommen werden, wenn sie illustriert werden. Das kann insbesondere durch das Verwenden von Bildern geschehen. Auch rein zur Illustration fungierende Informationen genießen rechtlichen Schutz.

§ 50 UrhG erlaubt die Wiedergabe von urheberrechtlichen Werken, wenn die Medien über Tagesereignisse berichten und die betreffenden Werke dabei sichtbar werden.

Die Judikatur erkennt ein Interesse des Fernsehens an, Gesagtes „ins Bild zu setzen“. Der Einsatz illustrierender Bilder darf daher nicht an zu strenge rechtliche Zulässigkeitsvoraussetzungen gebunden werden. Das Fernsehen braucht deshalb beispielsweise nur in weiten Grenzen Bedacht darauf zu nehmen, ob in Aufnahmen, die zur bildlichen Umsetzung des gesprochenen Wortes dienen, auch weiterreichende Sinnaussagen entdeckt werden könnten, BGH vom 10.12.1991 (Poller), NJW 1992, 1312, 1313.

IV. Unterhaltung, Personalisierung, Hervorhebung

Weitere Darstellungsformen dienen dazu, Aufmerksamkeit oder Interesse auszulösen.

- Ein besonders wichtiges publizistisches Mittel zur Erregung von Aufmerksamkeit ist die Personalisierung. Sie lässt ein Interesse an Problemen und den Wunsch nach Sachinformationen vielfach überhaupt erst aufkommen, weil sich Menschen für andere Menschen interessieren. Personalisierung berührt in der Regel Persönlichkeitsrechte, wenn sie einen Einzelnen in das Licht der Öffentlichkeit stellt. Ihre rechtliche Zulässigkeit ist deshalb an differenzierende Voraussetzungen gebunden, die unter anderem zwischen Wort- und Bildberichterstattung unterscheiden, ferner nach dem Ausmaß der Identifizierung, dem Status des Betroffenen als öffentliche Person, einem etwaigen Vorverhalten des Betroffenen und dem Grad des öffentlichen Informationsinteresses.

Personalisierungen werden durch Abbildungen der betreffenden Person erleichtert. Der Gesetzgeber hat schon frühzeitig angenommen, dass die Allgemeinheit ein „gewisses publizistisches Anrecht“ darauf habe, jedenfalls Personen der Zeitgeschichte im Bild gezeigt zu bekommen, *Amtliche Begründung zum KUG* vom 28.11.1905, Verhdlg. RT, XI. Legislaturperiode, II. Session, erster Sessionsabschnitt 1905/06, Zweiter Anlagenband, Aktenstück Nr. 30, S. 1526, 1540. Die Veröffentlichung solcher Aufnahmen setzt kein besonderes Informationsinteresse voraus, insbesondere muss die Veröffentlichung oder Verbreitung des Bildnisses keine eigenständigen bildlichen Dokumentations- oder Auseinandersetzungszwecke verfolgen.

- Ein Standardmittel zu Hervorhebung sind Überschriften, das plakative Hervorheben einzelner Sätze oder vorweggenommene Erläuterungen. Sie wollen den flüchtigen Leser erreichen und einen schnelleren Auswahlüberblick ermöglichen. Ebenso können Bilder Aufmerksamkeitsfenster öffnen. Sie lassen sich zum Beispiel wie eine Art Schlagzeile als Blickfang einsetzen und können so Spannung und Neugier wecken. Solche Gestaltungen sind ebenfalls legitim, befreien die Medien aber nicht von der Pflicht, inhaltlich zutreffend zu berichten.
- Ein weiterer Anwendungsfall ist das Vermischen von Information und Unterhaltung beziehungsweise das unterhaltsame Aufbereiten von Inhalten („Infotainment“). BVerfG vom 15.12.1999 (Caroline von Monaco), BVerfGE 101, 361, 389 f. mwN. geht davon aus, dass solche Beiträge die Meinungsbildung unter Umständen sogar nachhaltiger anregen oder beeinflussen als ausschließlich sachbezogene Informationen und dass viele Leser die ihnen wichtig oder interessant erscheinenden Informationen gerade aus unterhaltenden Beiträgen bezögen.

C. Sprachberichterstattung

Die Sprachberichterstattung ist das Herzstück des Journalismus. Sprache ermöglicht eine besondere Komplexität und Vielseitigkeit. Texte sind beliebig formbar und erlauben zugleich extreme Differenzierungen. Ein und derselbe Inhalt lässt sich in der Regel auf viele verschiedene Weisen formulieren. Ebenso können winzige Variationen in der Formulierung, der Betonung, der Wortstellung oder der Schreibweise einen Inhalt vollständig verändern. Sprachinformationen lassen sich allerdings weder durch bloßes Anschauen verstehen, noch von Personen, die der verwendeten Sprache nicht mächtig sind. Texte werden typischerweise schlechter in Erinnerung behalten als Bilder. Ihre Wirkung bleibt in der Regel hinter der von Bildern zurück.

Die Wortberichterstattung kann Authentizität vermitteln und dadurch einen erhöhten Informationswert erlangen, wenn Medien zum Beispiel Texte im Original oder irgendwie unverändert wiedergeben, um dadurch besser zu informieren. Die Glaubwürdigkeit einer Information kann gerade davon abhängen, dass jede Einflussnahme durch das übermittelnde Medium unterlassen wird. Die identische Wiedergabe fremder Texte kollidiert freilich häufig mit anderen Rechten, kann aber aufgrund von Dokumentations- oder Auseinandersetzungsinteressen erlaubt sein. Die Zulässigkeit liegt umso näher, je stärker die unveränderte Übernahme den Informationswert tatsächlich steigert und je gewichtiger dieser Gewinn gegenüber den beeinträchtigten Interessen ist.

Es steht den Medien in aller Regel frei, sinngemäß zu informieren. Dies kommt namentlich in Betracht, wenn eine wortidentische Übernahme von Texten nicht gewollt, nicht erlaubt oder nicht möglich ist. Manchmal dürfen Informationen nur inhaltlich reduziert oder verändert veröffentlicht werden. Da Sprache Inhalte in nahezu jeder Weise abbilden kann, ist die Wortberichterstattung nicht zwingend auf Originalformulierungen angewiesen. Außerdem erlaubt Sprache es, Informationen inhaltlich zu beschränken und sie zum Beispiel zu anonymisieren, um persönlichkeitsrechtliche Schutzinteressen zu wahren.

D. Bildberichterstattung

Bilder lassen sich im Unterschied zu Texten in Sekundenschnelle unmittelbar aufnehmen, werden besser in Erinnerung behalten und sind ungleich stärker geeignet, emotionale Wirkungen zu erzeugen. Es ist immer wieder zu beobachten, dass die öffentliche Diskussion und Reaktion erst durch Bilder entscheidend in Gang gesetzt werden, zum Beispiel durch Bilder von Folterungen im Irak oder von überfluteten Siedlungen in Sachsen. Bilder können tendenziell eine höhere Glaubwürdigkeit als Texte vermitteln. Sie bilden jedenfalls im Grundsatz etwas Vorhandenes ab, während Texte stets im Kopf des Berichtenden entstehen und daher von vornherein von seiner Unvoreingenommenheit oder Voreingenommenheit abhängen.

Wer im Fernsehen das Fußballendspiel von 1966 und den Schuss an die Latte sieht, kann sinnvoll mit darüber diskutieren, ob England das Match gegen Deutschland tatsächlich gewonnen hat. Wer lediglich die Radioreportage hört, kann dies nicht.

Das Fernsehen kann – bei sonst identischem Informationsgehalt – gegenüber dem Radio bildliche Zusatzinformationen liefern und dadurch andere Wirkungen erzielen. Über die Fernsehdebatte zwischen den Präsidentschaftsbewerbern Kennedy und Nixon – der ersten dieser Art – wird berichtet, dass Zuhörer, die das Geschehen nur im Radio verfolgt hatten, zumeist Nixon für überzeugender hielten, während die Zuschauer eindeutig Kennedy favorisierten. „Der Kontrast zwischen den beiden Kandidaten war unübersehbar. Kennedy hob sich in seinem dunklen Anzug vorteilhaft von der grauen Studioumgebung ab, er zeigte geradezu symbolhaft Profil. Nixons grauer Anzug hingegen schien mit dem Hintergrund zu verschmelzen, was dem Vizepräsidenten eine verwaschene Erscheinung gab, die noch durch seine Physiognomie unterstrichen wurde. Nixon sah nach dem Krankenhausaufenthalt elend aus, hatte Ringe unter den Augen und sein Hemdkragen saß schlecht“, *Gerste, Trinker, Cowboys, Sonderlinge – Die 12 seltsamsten Präsidenten der USA*, 2019, S. 236

Gleichwohl können auch Bild- und Filmaufnahmen ihrerseits manipulativ sein und Wertungen enthalten. Aufgrund ihrer Eigenarten und besonderen Wirkungen sind Bilder rechtlich anders zu beurteilen als Sprache. Insbesondere greifen Bildberichterstattungen typischerweise stärker als Wort- oder Schriftbeiträge in die Persönlichkeit des Betroffenen ein, BGH vom 26.10.2010 (Party-Sonne), NJW 2011, 744 Rn. 8 ff.

E. Auslegung

Ob eine Äußerung zum Beispiel einen Straftatbestand erfüllt oder das Persönlichkeitsrecht eines Betroffenen verletzt, hängt von ihrem Inhalt ab. Der Inhalt einer Äußerung ist durch Auslegung zu ermitteln. Im Wege der Auslegung wird insbesondere darüber entschieden, ob eine Äußerung Tatsachen oder eine Meinung mitteilt. Die Auslegung der Äußerung ist in vielen Fällen der entscheidende Faktor für die Rechtswidrigkeit oder Rechtmäßigkeit von Äußerungen.

I. Grundregeln

Für die Auslegung massenmedialer Äußerungen kommt es grundsätzlich auf das Verständnis der Adressatenschaft an, an die sich eine Äußerung wendet. Für die Auslegung von Äußerungen in Zeitungen ist beispielsweise entscheidend, wie die Angabe von den Lesern der betreffenden Zeitschrift verstanden wird, BGH vom 22.10.1987 (Mit Verlogenheit zum Geld), NJW 1988, 1589 f. Maßgebend sind das Verständnis, das die Äußerung bei den angesprochenen Verkehrskreisen auslöst, sowie der Wortlaut und die äußere Form, in die eine Veröffentlichung gekleidet ist, BVerfG vom 25.8.1994 (Soldaten sind Mörder), NJW 1994, 2943 f.; BGH vom 16.6.1998 (IM-Sekretär), BGHZ 139, 95, 102; BGH vom 30.5.2000 (Babycaust), NJW 2000, 3421, 3422.

Ein vom Sich-Äußernden gemeinter, den Adressaten aber weder direkt noch aufgrund der Umstände erkennbarer Inhalt ist nicht maßgeblich, BGH vom 16.6.1998 (IM-Sekretär), BGHZ 139, 95, 102; BGH vom 11.3.2008 (Gen-Milch), NJW 2008, 2110, 2112 Rn. 15. Ebenso ist das Verständnis des von der Äußerung Betroffenen unbeachtlich, BGH vom 11.3.2008 (Gen-Milch), NJW 2008, 2110, 2112 Rn. 15.

Durch das Abstellen auf die jeweiligen Adressatenschaft lässt sich erreichen, dass der Inhalt von Wortinformationen nach der „Sprache“ beurteilt wird, die der angesprochene Adressatenkreis kennt und versteht.

Der „Wortlaut“ kann ein unsicheres Kriterium sein. Redewendungen, wie zum Beispiel „ein Mann wie ein Bär“, können aufgrund von interkulturellen Unterschieden in verschiedenen Sprachen verschiedene Bedeutungen haben, *Soygüder/Arslan* NJW-aktuell 51/2009, XXXVII ff. Ähnliches gibt es auch innerhalb ein und derselben Sprache. Beispielsweise kann zwischen der Umgangssprache und speziellen Fachsprachen, etwa dem Juristen- oder dem Behördendeutsch, oder einem speziellen „Slang“ von Jugendlichen zu unterscheiden sein. Die Unterschiede können darauf beruhen, dass die Sprachen unterschiedliche Worte verwenden, die in der jeweils anderen Sprache nicht vorhanden sind und dementsprechend nicht verstanden werden. Es kann aber

auch sein, dass denselben Worten unterschiedliche Bedeutungen oder Konnotationen beigelegt werden. Worte sind eben nur „Hülsen“, um Inhalte zu transportieren. So werden etwa die Begriffe Pflichterfüllung, Ordnung und Moral generationenabhängig mit sehr verschiedenen Bewertungen verbunden, *Burkart*, Kommunikationswissenschaft, 4. Auflage 2002, S. 113 f. mwN.

Entscheidend ist, wie die Mehrheit der Adressaten die Äußerung versteht.

Das abweichende Verständnis Einzelner ist unerheblich. Wenn etwa ein Fernsehbericht korrekt verstanden wird, so kann die bloße Möglichkeit, dass einzelne Zuschauer den Beitrag missverstehen könnten, keine Haftungsansprüche begründen, BGH vom 10.12.1991, NJW 1992, 1312, 1313.

II. Medienbezogene Anforderungen

Die Auslegung muss das Informationsverhalten der vom Massenmedium angesprochenen Nutzer sowie die journalistische Darstellungsform (Dokumentation, Auseinandersetzung, Illustration) berücksichtigen.

Deutlich hervorgehobene Äußerungen sind anders auszulegen als „Kleingedrucktes“, flüchtig wahrgenommene und primär auf den „Kiosk-Leser“ gemünzte Überschriften anders als Texte, die der Leser intensiv studiert. Es kann sein, dass die Überschrift und der eigentliche Text eines Beitrags unterschiedliche Inhalte transportieren. Dann kann sich die Frage stellen, ob die Überschrift isoliert zu betrachten und auszulegen ist oder ob Überschrift und Text eine Einheit bilden.

- Im Marsch in den Untergang-Fall hatte sich ein Wirtschaftsmagazin kritisch mit der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten auseinandergesetzt. Das Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift kündigte den Artikel mit den Stichworten an: „Gewerkschaftsskandal: Von Arbeitgebern geschmiert und vor der Pleite: Die NGG“. Dem Artikel selbst war der Hinweis vorangestellt, die Gewerkschaft habe „sich jahrelang von den Arbeitgebern finanzieren lassen“. Im Laufe des nachfolgenden Artikels wurde dann der Vorwurf rechtswidriger Finanzierungspraktiken stark relativiert und insbesondere klargestellt, dass bestimmte Zahlungen von Arbeitgebern, auf die die Vorankündigung und die Überschrift gemünzt waren, gar nicht an die Gewerkschaft, sondern an einen für gemeinnützige Zwecke gegründeten Verein geflossen waren.

BVerfG vom 16.7.2003 (Marsch in den Untergang), NJW 2004, 277 f. nahm zu Recht an, dass hervorgehobene Äußerungen oder Schlagzeilen für sich genommen zutreffend sein müssen und gegebenenfalls ohne Rückgriff auf den dazugehörigen Text auszulegen sind. Soweit Medien auf den flüchtigen Leser zielen, müssen sie sich auch an dessen Verständnis messen lassen. Im Streitfall war die Gesamtveröffentlichung daher als unzutreffende Tatsachenäußerung einzuordnen. Der journalistische Wunsch, Aufmerksamkeit und Interesse zu erzeugen, erlaubt den Medien keine unwahren Überschriften.

Das Internet hat uns weitere Auslegungsfragen beschert, deren Beantwortung vom Leser- beziehungsweise Nutzerverhalten der User abhängt.

Das Nachrichtenmagazin N platziert auf seinem Account bei Facebook einen „Anreißer“ mit dem Text: 500 Wissenschaftler erklären: „*Es gibt keinen Klimanotfall*“ – *Kein Klimanotfall. Die Wissenschaftler fordern daher ein konstruktives Treffen auf höchster Ebene.* Der Anreißer verweist per Link auf den vollständigen Artikel, der bei N erschienen ist. Facebook versieht den Anreißer mit dem Hinweis „Weitere Bewertungen durch Faktenprüfer“, in denen C zu der Einordnung als „teils falsch“ gelangt. Beigefügt ist ein Link, der auf den vollständigen Beitrag des C verweist. Wer sich als Nutzer von Facebook auf dessen Seiten nur den Anreißer des N und das Ergebnis des Faktenchecks durch C ansah, wurde falsch informiert. Wer aufgrund der beiden Links sowohl den Artikel von N als auch den von C las, erhielt zutreffende Informationen.

OLG Karlsruhe vom 27.5.2020, AfP 2020, 347, 352 ist von einem oberflächlichen Nutzerverhalten ausgegangen. Soziale Netzwerke (Facebook) seien auf kurze Beiträge ausgelegte Medien. Es sei nicht damit zu rechnen, dass eine relevante Zahl der Nutzer beide Beiträge zur Kenntnis nehme und bemerke, dass der auf Facebook eingestellte Kurzhinweis auf einer inhaltlichen Verkürzung basiere.

III. Mehrheit von Auslegungsmöglichkeiten

Es kann sein, dass eine Äußerung mehrere, sich nicht gegenseitig ausschließende Deutungen zulässt. Dann ist zumeist die Variante maßgeblich, die dem Äußernden beziehungsweise dem In-Anspruch-Genommenen günstiger ist, BGH vom 25.11.2003, NJW 2004, 598, 599. Mehrdeutigkeit geht danach jedenfalls im Grundsatz nicht zulasten des Äußernden. Ihm sollen nicht allein deshalb rechtliche Sanktionen drohen, weil er sich nicht eindeutig ausgedrückt hat. Im Einzelnen ist aber zu unterscheiden.

- Die Regel greift ein, wenn Straftatbestände sowie zivilrechtliche Ansprüche auf Schadensersatz, Widerruf, Berichtigung oder Gegendarstellung infrage stehen.
- Die Regel gilt dagegen nicht, soweit die Unterlassung einer Äußerung verlangt wird, BVerfG vom 25.10.2005 (IM-Sekretär), NJW 2006, 207, 209. Ist die Äußerung mehrdeutig und führen eine oder mehrere Deutungsvarianten zu einer Verletzung der Persönlichkeit eines anderen, so steht dem Betroffenen ein Unterlassungsanspruch zu. Der Äußernde muss sich in Zukunft eindeutig ausdrücken und darf nicht zulasten des Betroffenen mit missverständlichen Formulierungen spielen.

Bei der Annahme, dass verschiedene Auslegungen in gleicher Weise naheliegen, ist Zurückhaltung geboten. In der Praxis liegt im Ergebnis meist eine Deutung doch näher als andere.

IV. Auslegung von Bildern

Für die Auslegung von Bildern kommt es im Ausgangspunkt ebenfalls auf das Verständnis des durchschnittlichen Adressaten beziehungsweise Betrachters an, BGH vom 30.9.2003 (Fotomontage I), BGHZ 156, 206, 211, 215. Da Bilder anders wirken als Worte und vom Adressaten anders aufgenommen werden, können die für sprachliche Äußerungen geltenden Auslegungsregeln nicht durchweg auf die Auslegung von Bildern übertragen werden. Der Inhalt bildlicher Aussagen ist gegenüber dem von Wortäußerungen unsicherer zu

ermitteln, weil Bilder im Unterschied zu verbalen Äußerungen weniger aus sich selbst heraus verständlich sind. Besonders häufig gewinnen sie ihren Inhalt erst durch Interpretationen und den Rückgriff auf Umstände, die außerhalb des Bildes liegen. Ist das Bild mit einem Wortbeitrag verbunden, so sind optische und verbale Äußerung im Gesamtzusammenhang zu betrachten und auf diese Weise auch der Aussagegehalt des Bildes zu bestimmen, BGH vom 30.9.2003 (Fotomontage I), BGHZ 156, 206, 214.

Die genauen Anforderungen hängen maßgeblich davon ab, welchen Informationszwecken das betreffende Bild dient, ob es also seinem Anliegen nach auf Dokumentation, Auseinandersetzung oder Illustration zielt, *Beater AfP* 2005, 133, 135 f. mwN.

Ein Bild, das der entscheidende Träger einer Information ist und ein bestimmtes tatsächliches Geschehen dokumentieren soll, ist strenger zu beurteilen als ein Bild, das lediglich zur Illustration von Sprachinformationen dient. Die Einordnung, ob das Bild eigenständigen Dokumentationswert oder nur illustrierenden Informationscharakter hat, kann vom Gegenstand des Bildes, aber auch davon abhängen, wie das Bild präsentiert wird. Ein Dokumentationsinteresse ist umso eher in Betracht zu ziehen, je deutlicher die verwendeten Bilder in der Berichterstattung als eigenständiger Informationsträger herausgehoben werden. Bedeutung hat dieser Gesichtspunkt bisher erlangt, wenn Hör-, Schrift- und bildliche Signale in audio-visuellen Medien verschiedene Inhalte transportieren und in der Wahrnehmung durch den Nutzer einen unterschiedlichen Stellenwert haben.

In BGH vom 10.12.1991 (Poller), NJW 1992, 1312 f. hatte das Fernsehen über Schmiergelder berichtet, die für „Unmassen von Pollern“ an einen Bezirksleiter des Straßenbauamts geflossen seien. Dabei zeigte es mehrere Sekunden lang Poller eines bestimmten Typs. Rechtlich war zu entscheiden, ob darin die Aussage liegt, die Schmiergelder stammten von dem für Fachleute erkennbaren, einzigen Hersteller dieser Poller. Im Streitfall schied aufgrund der Umstände ein Dokumentationsinteresse aus. Das gezeigte Bild diente zur Illustration der Fernsehreportage. Es fungierte gerade nicht als eigenständiger Informationsträger, sondern sollte die betreffenden Informationen für den Zuschauer lediglich bildlich untermauern. Das Bild durfte daher in seiner Bedeutung nicht überinterpretiert werden und erlaubte keine Erweiterung des Aussagegehalts über das gesprochene Wort hinaus. Es gibt ein legitimes Bedürfnis des Mediums Fernsehen, Gesagtes auch „ins Bild zu setzen“. Dieses Bedürfnis würde zu sehr eingeengt, wenn bei der Auswahl von illustrierenden Bildern stets darauf Bedacht genommen werden müsste, ob hinter ihrer Bedeutung für die bildliche Umsetzung des gesprochenen Wortes auch weiter reichende Sinnaussagen entdeckt werden könnten.