

Gegendarstellung: In der Kürze die Würze? Nicht immer!

1. Ob eine Gegendarstellung (auch) dem Knappheitsgebot entspricht, ist eine Rechtsfrage.
2. Einer plakativ und überspitzt formulierten Ankündigung des Inhalts eines folgenden Artikels kommt eigener publizistischer Wert zu. Setzt der Medieninhaber dieses Mittel gezielt ein, um auch das Interesse des nur flüchtigen Lesers zu erwecken, so ist es dem Gegendarstellungswerber mit Blick auf den diesen Bestimmungen zugrundeliegenden Gedanken der publizistischen Wiedergutmachung (§ 13 Abs 3 erster Satz MedienG) durchaus gestattet, unbeschadet der damit verbundenen Wiederholung des wesentlichen Inhalts der Primärmitteilung diese Textpassagen ebenfalls in seine Gegendarstellung aufzunehmen, um seinerseits den Leser auf den folgenden aufmerksam zu machen.
3. Das Knappheitsgebot ist nicht kleinlich auszulegen. Insbesondere ist dem Darstellungswerber nicht abzuverlangen, die kürzest mögliche Form zu wählen; erst unnötige Ausdehnungen und Wiederholungen im Sinn einer exzessiven und schikanösen Ausübung des Gegendarstellungsrechts verletzen das Knappheitsgebot.
4. Wird das betreffende Medium als Beilage zu einem anderen Medium vertrieben, indem es in dieses eingelegt wird, so ist dem Gegendarstellungswerber – unbeschadet des Knappheitsgebots – zuzubilligen, im Text der Gegendarstellung nicht nur die Nummer des betreffenden Mediums einschließlich des Erscheinungsdatums anzuführen, sondern auch jene des „Trägermediums“. Auch insofern vollzieht der Gegendarstellungswerber nämlich bloß den Modus des Medieninhabers nach.

Leitsätze von Thomas Höhne

OGH 19.02.2014, 15 Os 171/13f
(15 Os 172/13b)

Deskriptoren: Gegendarstellung, Knappheitsgebot.

Normen: §§ 9, 13 MedienG.

Aus den Entscheidungsgründen

Der Antragsteller beehrte fristgerecht folgende

„Gegendarstellung:

Sie haben am 7. März 2012 in der periodischen Druckschrift „M*****“ in der periodischen Druckschrift

„Ö*****“ vom 7. März 2012 unter der Überschrift „S***** kassiert Steuer-Millionen“, der Vorzeile „B***** baut Traum-Penthouse“ und dem Untertitel „1,5 Millionen Gewinn für B***** – aber 11 Millionen als Förderung“ und dem Bildbegleittext „S*****-Chef Oscar B***** casht ab“ unter anderem folgende Behauptung verbreitet:

„... Das B*****-Blatt machte seit 2004 laut Bilanz 15,6 Mio Euro Gewinn. In denselben acht Jahren kassierte das rosarote Blatt satte 10,97 Mio Euro (!) an Presseförderung. Sprich: Nahezu der gesamte Gewinn des S***** kommt aus dem Geld der Steuerzahler. Wie zum Hohn baut S*****-Herausgeber B***** mit dem

Gewinn nun ein millionenschweres Privat-Penthouse ...⁶

Diese Behauptungen sind unrichtig:

Weder Oscar B***** noch die B***** Familien-Privatstiftung haben seit 2004 Gewinne aus dem „S*****“ entnommen. Der Ausbau eines Dachbodens wird nicht aus Mitteln der Presseförderung finanziert.⁶

Mit Urteil vom 20. Juni 2012, GZ 113 Hv 69/12p-13, trug das Landesgericht für Strafsachen Wien der Antragsgegnerin die Veröffentlichung der Gegendarstellung unter Weglassung folgender Textpassagen auf:

„in der periodischen Druckschrift „Ö*****“ vom 7. März 2012“; „der Vorzeile „B***** baut Traum-Penthouse“ und dem Untertitel „15 Millionen Gewinn für B***** - aber 11 Millionen als Förderung“ und dem Bildbegleittext „S*****-Chef Oscar B***** casht ab““.

Die Streichungen begründete das Erstgericht damit, dass diese Zitate keine Informationen enthielten, die nicht ohnehin durch das Zitat des Fließtextes erfasst wären, und solcherart unnötige Wiederholungen darstellen würden.

Mit Urteil vom 17. April 2013, AZ 17 Bs 362/12b (ON 35), gab das Oberlandesgericht Wien ua der gegen die vom Erstgericht vorgenommenen Streichungen gerichteten Berufung des Antragstellers wegen Nichtigkeit nicht Folge, wobei es sich im Wesentlichen der Argumentation des Erstgerichts anschloss (S 9 f des Berufungsurteils).

Das Urteil des Landesgerichts für Strafsachen Wien vom 20. Juni 2012, GZ 113 Hv 69/12p-13, und das Urteil des Oberlandesgerichts Wien als Berufungsgericht vom 17. April 2013, AZ 17 Bs 362/12b (ON 35), stehen - wie die Generalprokuratur zutreffend ausführt - mit dem Gesetz nicht im Einklang.

Rechtliche Beurteilung

Nach § 9 Abs 3 MedienG ist in der Gegendarstellung in **knapper Weise** auszuführen, dass und inwieweit die Tatsachenmitteilung unrichtig oder unvollständig sei und woraus sich dies ergebe. Die Gegendarstellung kann sprachlich frei gestaltet werden. Sie muss entweder die Tatsachen anführen, die im Gegensatz zur Tatsachenmitteilung richtig seien oder letztere in einem erheblichen Punkt ergänzen, oder sich sonst unmittelbar auf die Tatsachenmitteilung und deren Unrichtigkeit oder irreführende Unvollständigkeit beziehen. Ihr Umfang darf nicht außer Verhältnis zu dem der Tatsachenmitteilung stehen.

Der JAB zur Mediengesetznovelle 1993, BGBl 1993/20, mit der in Form der Einführung der „Gegendarstellung“ eine Entformalisierung des bis dahin gültigen Entgegnerrechts angestrebt wurde, gibt als ungefähren

Richtwert für eine dem Umfang nach jedenfalls zulässige Gegendarstellung das Eineinhalbfache bis Doppelte des Umfangs der Tatsachenmitteilung an, wobei sich dies nur auf den eigentlich entgegennenden Teil, also die Antithese, bezieht. Das Knappheitsgebot wiederum ist in Umsetzung des rechtspolitischen Ziels, dem von unrichtiger oder irreführend unvollständiger medialer Berichterstattung Betroffenen effektiven Rechtsschutz zu gewähren, nicht kleinlich auszulegen. Insbesondere ist dem Darstellungswerber nicht abzuverlangen, die kürzest mögliche Form zu wählen; erst unnötige Ausdehnungen und Wiederholungen im Sinn einer exzessiven und schikanösen Ausübung des Gegendarstellungsrechts verletzen das Knappheitsgebot (15 Os 148/11w; *Rami* in WK² MedienG § 9 Rz 24; *Höhne* in *Berkal Heindl/Höhne/Noll* MedienG³ § 9 Rz 35; *Röggla* in *Röggla/Wittmann/Zöchbauer* MedienG § 9 Rz 11).

Ob eine Gegendarstellung (auch) dem Knappheitsgebot entspricht, ist eine **Rechtsfrage** (14 Os 51/04, 15 Os 148/11w).

Im vorliegenden Fall haben die Gerichte diese Rechtsfrage unrichtig gelöst, indem das Erstgericht die Antragsgegnerin (nur) zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung in reduziertem Umfang verpflichtete und das Berufungsgericht der gegen die umfängliche Reduzierung gerichteten Berufung des Antragstellers den Erfolg versagte.

Der Antragsteller hat die Tatsachenmitteilung durch wörtliches Zitat (auch) der Vorzeile „B***** baut Traum-Penthouse“, des Untertitels „15 Millionen Gewinn für B*****, aber 11 Millionen als Förderung“ und des Bildbegleittextes „S*****-Chef Oscar B***** casht ab“ in die Gegendarstellung aufgenommen. Eine unnötige Ausdehnung oder Wiederholung ist damit aber nicht verbunden, weil der seitens der Antragsgegnerin plakativ und überspitzt formulierten Ankündigung des Inhalts des folgenden Artikels durchaus ein eigener publizistischer Wert zukommt. Setzt nämlich der Medieninhaber dieses Mittel gezielt ein, um auch das Interesse des nur flüchtigen Lesers zu erwecken, so ist es dem Gegendarstellungswerber mit Blick auf den diesen Bestimmungen zugrundeliegenden Gedanken der publizistischen Wiedergutmachung (§ 13 Abs 3 erster Satz MedienG) durchaus gestattet, unbeschadet der damit verbundenen Wiederholung des wesentlichen Inhalts der Primärmitteilung diese Textpassagen ebenfalls in seine Gegendarstellung aufzunehmen, um seinerseits den Leser auf den folgenden Text – der im gegenständlichen Fall besonders kurz gefasst wurde – aufmerksam zu machen (vgl etwa OLG Wien 17 Bs 1/13s).

Wird das betreffende Medium als Beilage zu einem anderen Medium vertrieben, indem es in dieses eingelegt wird, so ist dem Gegendarstellungswerber – unbeschadet

det des Knappheitsgebots – zuzubilligen, im Text der Gegendarstellung nicht nur die Nummer des betreffenden Mediums (hier: M*****) einschließlich des Erscheinungsdatums anzuführen, sondern auch jene des „Trägermediums“ (hier: „Ö****“). Auch insofern

vollzieht der Gegendarstellungswerber nämlich bloß den Modus des Medieninhabers nach (vgl dazu auch die – sich an den Medieninhaber richtende – Norm des § 13 Abs 2 MedienG).

Anmerkung

Von Thomas Höhne

Eine Entscheidung des OGH zum MedienG ist eine seltene Ausnahme. Die Generalprokurator hat sich dankenswerter Weise des Themas „Knappheitsgebot und publizistische Wiedergutmachung“ angenommen, der OGH hat völlig richtig entschieden. Damit sollten auch jene Klippen von Knappheit ei-

nerseits und Information der Öffentlichkeit andererseits, zwischen denen hindurch Gegendarstellungswerber nicht immer unbeschädigt navigieren, zumindest einigermaßen entschärft sein: Die Knappheit ist nicht das einzige Dogma, das bei der Beurteilung einer verlangten Gegendarstellung zu beachten ist.