

Datenschutz – Fairnessregeln gegen falsche Zitate

Das Recht am eigenen Wort und die Fälle Jagmetti und Blocher

Von Bruno Glau, Uznach*

Das sogenannte «Recht am eigenen Wort» ist sowohl im Fall Jagmetti wie auch im Fall Blocher verletzt worden. Der Autor des folgenden Beitrags – früher im Journalismus, heute als Medienanwalt tätig – legt dar, dass im Umgang mit Zitaten gerade auch das Datenschutzgesetz eine zentrale Rolle spielt.

Mit dem verhängnisvollen Zitieren von Botschafter Jagmetti und mit den Falschzitaten von Nationalrat Christoph Blocher in der «Sonntags-Zeitung» ist einer breiteren Öffentlichkeit bewusst geworden, dass nicht nur das Bild, sondern auch das Wort des Menschen eines Schutzes bedarf. Im allgemeinen Wehklagen über die angebliche Machtlosigkeit Betroffener den Medien gegenüber wird gerne übersehen, dass das schweizerische Recht diesen Schutz seit Jahren bereitstellt unter dem Titel «Das Recht am eigenen Wort». Während zum Recht am eigenen Bild eine reichhaltige Lehr- und Spruchpraxis greifbar ist, fristete das Recht am eigenen Wort bisher ein *Mauerblümchendasein*. Weder in der Medienbranche noch in der Rechtswissenschaft hat man sich vertieft mit diesem Schutzbereich auseinandergesetzt. Den schlagzeilenträchtigen Betriebsunfällen in jüngster Zeit werden wir es wohl zu verdanken haben, dass das Recht am eigenen Wort Boden gutmacht.

Es kann nicht Aufgabe dieses Beitrages sein, die Abwehrreflexe und Verdrängungsmechanismen aufzuzeigen, welche den Diskurs über den persönlichkeitsrechtlichen Schutz des Wortes (nicht zu verwechseln mit dem urheberrechtlichen Werkschutz!) bisher verunmöglicht haben. Vielmehr geht es darum, die wesentlichen Grundlagen und Grundsätze des Rechts am eigenen Wort kurz darzustellen.

Informationelles Selbstbestimmungsrecht

Der persönlichkeitsrechtliche Schutz des Wortes ist in vielem deckungsgleich mit dem Schutz des Bildes. Vor Inkrafttreten des Datenschutzgesetzes im Jahre 1992 mussten beide Rechte aus der neuen Blankettnorm zum Persönlichkeitschutz (Art. 28 ZGB) abgeleitet werden, seit 1992 sind die Regeln des Datenschutzgesetzes, in welchem der allgemeine Persönlichkeitschutz konkretisiert worden ist, Grundlage für das rechtmässige Zitieren. Das Recht am Wort und das Recht am Bild haben beide ihr Fundament im Selbstdarstellungs- bzw. Selbstbestimmungsrecht des Menschen. In der jüngeren Literatur ist in Anlehnung an die deutsche Literatur und Rechtsprechung auch vom «informationellen Selbstbestimmungsrecht» die Rede, was folgendes bedeutet:

1. Wer sich nicht freiwillig in die Öffentlichkeit begibt oder sich nicht als Politiker oder Person der Zeitgeschichte zur Person des öffentlichen Lebens macht, darf gegen seine Einwilligung weder mit Bild noch mit Worten in den Medien dargestellt werden.

2. Wo die Abbildung oder das Zitieren grundsätzlich zulässig ist (so im Fall Jagmetti und Blocher, weil beide als Personen der Zeitgeschichte und des öffentlichen Lebens einzustufen sind), müssen Spielregeln beachtet werden: Wort und Bild dürfen nur mit rechtmässigen Mitteln beschafft werden. Wo Wort und Bild in die Medienarbeit verwoben werden, müssen die Prinzipien von Treu und Glauben und der Verhältnismässigkeit beachtet werden. Auf keinen Fall dürfen Wort und Bild verfälscht oder in einen andern Kontext gestellt werden.

Es geht im folgenden darum, kurz zu begründen, warum das *Datenschutzgesetz* auch auf die Medien (und insbesondere auf das Zitieren in den Medien) zur Anwendung kommt. Entgegen einer weitverbreiteten Meinung ist das schweizerische Datenschutzgesetz kein Datenbankgesetz, es ist vielmehr ein Gesetz über den Persönlichkeitsschutz. «Entgegen dem, was das Wort Datenschutz vermuten liesse, sollen nämlich nicht Daten geschützt werden, sondern die Personen, über die Informationen in Form von Daten bestehen» (Nationalrätin Lilli Nabholz in Rainer Schweizers Referatsammlung zum neuen Datenschutzgesetz). Einhellig wird in der Lehre darauf hingewiesen, das schweizerische Datenschutzgesetz sei somit nur, aber immerhin eine Konkretisierung des allgemeinen Persönlichkeitsschutzes von Art. 28 ZGB.

Das Datenschutzgesetz und die Medien

bg. Auch die Medienschaffenden sind dem Datenschutzgesetz unterstellt, geniessen aber eine gewisse Privilegierung bezüglich Auskunftspflicht. Wer «beruflich Personendaten ausschliesslich für die Veröffentlichung im redaktionellen Teil eines periodisch erscheinenden Mediums bearbeitet», kann überdies davon ausgehen, dass ein überwiegendes Interesse an der Bearbeitung der Personendaten «in Betracht fällt» (Art. 13 Abs. 2 DSG).

Aus der Formulierung «Personendaten ausschliesslich für die Veröffentlichung bearbeiten» kann nicht geschlossen werden, das Datenschutzgesetz komme nur für die Phase vor der Veröffentlichung zur Anwendung. Im Gegenteil: Im parlamentarischen Differenzbereinungsverfahren ist ausdrücklich darauf hingewiesen worden, das Datenschutzgesetz komme – unter Vorbehalt der erwähnten Privilegien – uneingeschränkt auf die Medienarbeit zur Anwendung. Wörtlich führte der ständerätliche Kommissionsprecher Hans Danioth aus: «Der Nationalrat hat sich nach längeren Beratungen zu einem neuen Modell entschlossen, das davon ausgeht, dass das Datenschutzgesetz grundsätzlich auch für die Medien gilt (...), und zwar für den ganzen Bereich vor und nach der Publikation (...). Die Ständeratskommission hat nach zusätzlichen Abklärungen sowie in Kenntnisnahme einer neuerlichen Eingabe des Verbandes der Schweizer Journalisten beschlossen, sich dem nationalrätlichen Modell grundsätzlich anzuschliessen (Sten.Bull. 1991, S. 1022 f.)». Eine gewisse Privilegierung wurde den Medien nur bezüglich Auskunftspflicht eingeräumt. Im Kommentar von Maurer/Vogt zum Datenschutzgesetz interpretiert Markus Hönig die Materialien im gleichen Sinn. Die Ratio legis ihrerseits lässt keinen anderen Schluss zu: Die Zweckbestimmung des Datenschutzgesetzes ist der generelle Schutz der Persönlichkeit, über welche Daten bearbeitet werden. Im Zeitalter des Infotainments entfalten krasse Persönlichkeitsverletzungen nicht selten erst mit der Publikation ihre verletzende Wirkung. Dies illustrieren anschaulich die Veröffentlichungen der Zitate von Botschafter Jagmetti und der falsch zitierten Aussagen von Nationalrat Blocher in der «Sonntags-Zeitung». Im ersten Fall sind die allgemeinen Bearbeitungsgrundsätze, im zweiten Fall das Gebot der Richtigkeit und der Vergewisserungspflicht verletzt worden.

Das Datenschutzgesetz kommt zur Anwendung überall dort, wo personenbezogene Daten bearbeitet werden. Datum ist jeder «Gedankenerreger», welcher auf eine Person Bezug nimmt. Die mit einem Namen verbundenen Zitate sind deshalb Personendaten im Sinne des Datenschutz-

* Der Autor ist Rechtsanwalt und hat die Dissertation «Das Recht am eigenen Wort» (Bern 1997) verfasst.

gesetzes. Professor Jean Nicolas Druey bringt es mit folgenden Worten auf den Punkt: «Personenbezogen ist mithin nicht nur was, sondern dass etwas gesagt wird.» Wo immer Medien recherchieren, verarbeiten sie Daten, Datenbearbeitung ist ihr ureigenstes Metier. Die verarbeiteten Informationen sind immer dann personenbezogene Daten, wenn sie sich auf identifizierbare natürliche oder juristische Personen beziehen.

Datenschutzgesetz und Medien

Nach langen und zähen Beratungen haben sich die eidgenössischen Räte entschieden, auch die Medien dem Datenschutzgesetz zu unterstellen (siehe Kasten). Das neue Gesetz formuliert zehn Verletzungskategorien. Bezogen auf das Zitieren sind die folgenden von Bedeutung: unrechtmässige Beschaffung von Zitaten; Bearbeitung von Zitaten gegen Treu und Glauben; unverhältnismässige Zitatbearbeitung; zweckfremde Zitatbearbeitung (Verbot grundlegender Veränderung der Text- und Kontextstruktur); Verarbeitung von unrichtigen Zitaten (Verbot der Unterschiebung nicht getaner Äusserungen); Bekanntgabe von Zitaten in ausländische Staaten, wo der Betroffene schwerwiegend gefährdet wird; Bearbeitung von Zitaten gegen den Willen der betroffenen Person (soweit es sich nicht um Personen der Zeitgeschichte handelt); Bekanntgabe von besonders schützenswerten Zitaten an Dritte.

In der Medienbranche ist da und dort ein gewisser *Abwehrreflex* spürbar, wenn von der Anwendung des Datenschutzgesetzes auf die Medien die Rede ist. Und dies, obwohl das Gesetz kaum viel mehr fordert als die Übernahme anerkannter berufsethischer Grundsätze auf Gesetzesstufe. Dass Personendaten rechtmässig beschafft werden müssen, dass Medienschaffende eine Richtigkeits- und Vergewisserungspflicht haben, dass Medienschaffende das Prinzip von Treu und Glauben beachten und keine wichtigen Elemente von Informationen weglassen oder erstellen sollen, ist seit vielen Jahren in der *Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten* des Schweizer Verbandes der Journalistinnen und Journalisten (SVJ) nachzulesen.

Neues bringt das Datenschutzgesetz nur in zwei Belangen. Es erhebt das informationelle Selbstdarstellungsrecht ausdrücklich zum Prinzip (bisher musste man dafür auf Lehre und Rechtsprechung zurückgreifen). Wer nicht Person der Zeitgeschichte ist, kann die Wortbearbeitung verbieten und eine bereits veröffentlichte Äusserung unter bestimmten Voraussetzungen wieder aus dem Verkehr ziehen. Das Datenschutzgesetz postuliert weiter eine absolute Berichtigungspflicht. Nach bisheriger Bundesgerichtspraxis (Entscheid Frischknecht) musste Falsches nur

dann berichtigt werden, wenn es die betroffene Person in einem falschen Licht erscheinen liess. Unter dem neuen Datenschutzgesetz lässt sich diese Rechtsprechung nicht mehr aufrechterhalten. Falsches ist immer zu berichtigen.

Datenschutz zum Schutz der Verleger

Dass das informationelle Selbstbestimmungsrecht die Verlage und Verleger nicht nur einschränkt, sondern auch schützt, zeigt die Stellungnahme des eidgenössischen Datenschutzbeauftragten zur Frage der Inserate-Übernahme durch die «Swiss Human Line» ins Internet. Die Veröffentlichung eines Inserates in einer Zeitung bedeutet «nicht automatisch, dass eine unbeschränkte Verwendung der Daten gestattet ist. (...) Dem Inserenten als Betroffenen muss die Möglichkeit zum Untersagen einer weiteren Verwendung des Inserates geboten werden.» (Stellungnahme vom 20. Juni 1997) Die datenschutzrechtlichen Spielregeln sind letztlich nichts anderes als Fairnessregeln für den redaktionellen wie für den kommerziellen Bereich. Viele Medienschaffende werden die datenschutzrechtlichen Prinzipien seit langem praktiziert haben, im Bestreben, nicht nur kritisch, sondern auch fair gegenüber allen Betroffenen zu arbeiten. Einmal mehr wird die Legiferierung nur den schwarzen Schafen weh tun.