

Lohnt sich die Gegendarstellung?

Kolumne

REICH WERDEN DURCH KOMMUNIKATION

Die Freude wähnte nur kurz. Eine Wirtschaftszeitung ist auf Sie zugekommen und hat ihr Interesse an einem Artikel über Ihre Firma als führendes Unternehmen angekündigt. Eine gute Gelegenheit, Ihr neuestes Produkt bekannt zu machen. Wenige Tage später haben Sie einen freundliche junge Journalistin bei sich empfangen, der Sie ausführlich darlegten, welche Pläne Sie mit Ihrem einzigartigen Produkt haben. Da der Journalist von Technik wenig Ahnung hatte, haben Sie sich Zeit genommen, ihm das neue Produkt zu erklären und ihn mit Prospekten dokumentiert. Kurz haben Sie auch noch die wirtschaftliche Situation gestreift. Als Sie eine Woche später die Zeitung aufschlagen, trifft Sie beinahe der Schlag.

«Verzögerte Lieferungen führten bei Kunden zu Kostenüberschreitungen. Droht jetzt das Aus?», so der Titel über dem Artikel, in dem Sie beschuldigt werden, Termine fahrlässig nicht eingehalten zu haben. Zudem wird ein Kunde zitiert, der die Zahlungsmoral ihrer Firma in Frage stellt. Dies, ohne Ihnen die Möglichkeit gegeben zu haben, in dem Artikel Ihre Sicht der Dinge darzulegen. Dies wollen sie so nicht stehen lassen.

Tatsache ist: In der immer hektischer werdenden Medienwelt können Fehler passieren. Um langwierigen juristischen Grabekämpfen auszuweichen, sind Medien heute bereit, Fehler einzugestehen. Dies zeigen die Beispiele der Ringier-Blätter Blick und Sonntags-Blick, die sich für die Berichterstattung über Ex-Swissfirst-Chef Thomas Matter und Rieter-Kassenwart Jürg Maurer, den die Boulevardblätter als «frechsten Pensionskassenverwalter der Schweiz» bezeichnet hatten, auf der Titelseite öffentlich entschuldigt haben.

Was tun, wenn in einem Bericht falsche Behauptungen enthalten sind? Es gibt verschiedene Möglichkeiten. Jede hat Vor- und Nachteile.

Die Gegendarstellung

Geht es um die falsche Darstellung von Tatsachen oder hat man Sie zu Vorwürfen nicht Stellung

nehmen lassen, haben Sie die Möglichkeit einer Gegendarstellung. Jede natürliche und juristische Person (Unternehmen), die durch eine Tatsachendarstellung in einem Medium unmittelbar in ihrer Persönlichkeit betroffen ist, darf laut Schweizerischem Zivilgesetzbuch (ZGB) eine Gegendarstellung verlangen. Die Bedingung ist, dass die Person oder das Unternehmen in einem ungünstigen oder schädigenden Licht dargestellt wird. Das Gesetz schreibt vor, dass Gegendarstellungen in knapper Form zu halten und auf die beanstandete Darstellung zu beschränken sind. Es dürfen also nur falsche Tatsachen richtiggestellt werden. Nicht gegendarstellungswürdig sind Kommentare. Diese widerspiegeln die ganz persönliche Meinung eines Journalisten und dürfen Wertungen enthalten.

Betroffene richten ihre Gegendarstellung am besten an den Chefredaktor oder den Ressortleiter des Mediums. Journalisten reagieren nervös, wenn ein Leser oder ein Zuschauer eine Gegendarstellung verlangt. Mit einer Gegendarstellung greifen Sie einen Journalisten in seiner Ehre an. Sie machen sich damit keine Freunde in den Medien.

Die Medien behalten sich bei Gegendarstellungen zuweilen vor, im Anschluss daran zu publizieren, dass die Redaktion an ihrer Darstellung der Tatsachen festhält. Wer Recht hat, bleibt damit offen. Sie haben damit nichts gewonnen.

Überlegen Sie sich deshalb gut, ob Sie eine Gegendarstellung nötigenfalls auch juristisch durchsetzen wollen. Es gibt aber auch andere Methoden, mit denen Sie sich manchmal besser Gehör verschaffen können.

Die Berichtigung

Liegt offensichtlich ein Fehler eines Journalisten vor, zum Beispiel die Verwechslung einer Zahl oder eines Namens, so wird, falls Sie es beweisen können, die Redaktion in der Regel ohne Zögern eine Berichtigung publizieren. Für den Leser ist damit klar: Die Redaktion hat einen Fehler begangen und korrigiert diesen umgehend.



Vergleich statt Gerichtsurteil: Der Blick entschuldigte sich am 29. September 2007 bei Jürg Maurer für die unzutreffende Berichterstattung. Zudem überwies Ringier einen fünfstelligen Betrag an das Schweizerische Rote Kreuz.

Der Leserbrief

Sie haben die Möglichkeit mit einem Leserbrief falsche Behauptungen richtigzustellen. Der Brief muss nicht nur Fakten enthalten, sondern kann auch eigene Einschätzungen enthalten. Grundsätzlich kann jede Person einen Leserbrief publizieren. Der Vorteil des Leserbriefs ist dessen meist hoher Beachtungsgrad in einer Zeitung. Der Leserbrief ist eine Gegendarstellung «light». Das Medium verliert dadurch nicht das Gesicht. Der Betroffene hat die Möglichkeit, sich ausführlich zum Fall äussern. Ein Leserbrief ist in den meisten Fällen einer Gegendarstellung vorzuziehen.

Das kostbarste Gut eines Mediums ist seine Glaubwürdigkeit. Diese leidet unter juristischen Auseinandersetzungen. Medien sind deshalb nicht interessiert, langwierige Streitereien zu führen und bieten Hand zu Lösungen. Ganz allgemein gilt deshalb:

Suchen Sie das Gespräch mit der Redaktion und streben Sie eine einvernehmliche Lösung an. Damit ist beiden Seiten geholfen.

In der nächsten Folge: Wie formuliere ich meine Botschaften so, dass sie auch verstanden werden?

PHILIPPE WELTI



Der Autor ist PR-Berater und Senior Consultant bei der Klaus J. Stöhlker AG in Zollikon ZH. Er ist Spezialist für

Unternehmenskommunikation, Public Affairs / Lobbying, Politberatung und Coaching. Zuvor war er während über zehn Jahren bei renommierten Schweizer Medien als Journalist tätig.

www.welti.ch