

Tatjana Braun

Boulevardmedien und Persönlichkeitsschutz

Wie BILD mit den Persönlichkeitsrechten Prominenter
umgeht

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2005 Diplom.de
ISBN: 9783832498313

Tatjana Braun

Boulevardmedien und Persönlichkeitsschutz

Wie BILD mit den Persönlichkeitsrechten Prominenter umgeht

Tatjana Braun

Boulevardmedien und Persönlichkeitsschutz

Wie BILD mit Persönlichkeitsrechten Prominenter umgeht

Diplomarbeit
Universität Leipzig
Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Dezember 2005



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____
Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____
agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Tatjana Braun

Boulevardmedien und Persönlichkeitsschutz

Wie BILD mit Persönlichkeitsrechten Prominenter umgeht

ISBN-10: 3-8324-9831-1

ISBN-13: 978-3-8324-9831-3

Druck Diplomica® GmbH, Hamburg, 2006

Zugl. Universität Leipzig, Leipzig, Deutschland, Diplomarbeit, 2005

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2006

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	1
I. Forschungsanlass und Forschungsfragen	2
II. Forschungsstand: BILD und die Persönlichkeitsrechte im Spiegel wissenschaftlicher Publikationen	4
III. Die Recherche	5
IV. Forschungsablauf	7
1. Der Forschungsgegenstand	7
a. BILD, ihre Geschichte und das Recht	7
b. Die Personality-Gesellschaft und ihre Medien – ein AbBILD?	9
c. Der Persönlichkeitsschutz im deutschen Recht	9
2. Der Untersuchungsteil	10
3. Der Schlussteil: Fazit und Ausblick	11
 B. Forschungsgegenstand	 12
I. BILD – die „Zeitung der Superlative“	13
1. Boulevardzeitung - eine Definition	13
2. BILD: Zahlen und Fakten: Ihre Bedeutung in der deutschen Tagespresse	14
II. Das Rechtsverständnis und der Umgang mit Persönlichkeitsrechten bei BILD	19
1. 1. Das Selbstverständnis der Springer-Presse vor der BILD-Geburt	19
2. Kein Bilderbuch-Beginn	20
3. Die Politisierung: BILD ist nicht mehr „nett zueinander“	21
4. Ende der 70er-Jahre: Wallraff und die Probleme mit dem Image	25
5. Die zweite Karriere von BILD: In den 90er-Jahren wird das Blatt hoffähig	28
6. BILD dir deine Meinung: Diekmann macht BILD zum Leitmedium	31
III. Die Bedeutung Prominenter für Boulevardmedien oder: Das Spiel Prominenter mit den Medien – ein faustischer Pakt?	34
1. Wer ist prominent? Eine Annäherung	34
a. Elite und Prominenz	34
b. Differenzierung von Personen des öffentlichen Lebens	37
2. Selbstpreisgabe von Privatem zur Prominenzsteigerung	37
 C. Rechtliche Grundlagen – Persönlichkeitsschutz kontra Medienfreiheit?	 39
I. Persönlichkeitsschutz kontra Pressefreiheit – ein unlösbarer Konflikt?	40
1. Verfassungsrechtliche Bestimmungen	41
2. Pressefreiheit und öffentliche Aufgabe	41
3. Schranken der Pressefreiheit	42

II. Das Persönlichkeitsrecht von Prominenten	43
1. Die Rechtsfigur der „Person der Zeitgeschichte“	43
a. Bedeutung des Bildnisrechts	43
b. Voraussetzungen des Paragraphen 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG	44
c. Differenzierung in relative und absolute Person der Zeitgeschichte	45
aa. Absolute Personen der Zeitgeschichte	45
bb. Relative Personen der Zeitgeschichte	46
d. Berechtigte Interessen des Abgebildeten	47
e. Kritik an der Kunstfigur „Person der Zeitgeschichte“	47
f. Übertragung der Rechtsfigur in andere Bereiche des Persönlichkeitsschutzes	49
2. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	49
a. Herleitung	49
b. Schutzbereiche	50
aa. Der Schutz des nicht öffentlich gesprochenen Worts	50
bb. Schutz gegen die Ausbeutung des Ansehens einer Person zu wirtschaftlichen Zwecken	50
cc. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung	50
dd. Schutz des Persönlichkeitsbildes	51
ee. Schutz der häuslichen Sphäre und des Privatlebens	51
ff. Weitere Rechte	51
3. Grenzen des Persönlichkeitsrechts: Das müssen Promis hinnehmen	52
a. Der Sphärengedanke als Orientierungshilfe	52
aa. Intimsphäre	52
bb. Privatsphäre	53
cc. Exkurs: Prinzessin Caroline und die Bildberichterstattung über Prominente	54
dd. Sozialsphäre	56
ee. Öffentlichkeitssphäre	56
b. Verzicht auf das eigene Persönlichkeitsrecht, Selbstvermarktung oder eine neue Disziplin namens Outing	56
c. Satiren und Karikaturen	57
d. Gerichtsberichterstattung	57
4. Einfachgesetzlicher Schutz des Persönlichkeitsrechts	58
a. Strafrechtliche Bestimmungen	58
b. Wahrnehmung berechtigter Interessen	59
c. Zivilrechtliche Bestimmungen	59
aa. Gegendarstellungsanspruch	59
bb. Unterlassungsanspruch	60
cc. Widerruf und Richtigstellung	61
dd. Schadenersatz und Geldentschädigung	62

D. Untersuchung	65
I. Analyse der Klagen und Verfügungen am Hamburger Landgericht im Jahr 2003	66
1. Quantitative Analyse	67
a. Wer sich wehrte – die Kläger	70
b. Die schnelle Gegenwehr oder: Die Bedeutung der Einstweiligen Verfügung in Pressesachen	73
2. Qualitative Analyse	76
a. Verletzungen im Bereich Persönlichkeitsrecht durch Boulevardmedien	77
aa. Berichte ohne Bild in BILD & Co.	78
bb. Das Geschäft mit der Privatheit – Verletzungen des Schutzes vor Indiskretion und des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung	82
cc. Nur schlampige Arbeit? – Verletzungen des Schutzes des Persönlichkeitsbildes und des Schutzes vor Unwahrheit	90
b. Andere Rechtsverletzungen: „Hinter den Kulissen“ oder das problematische Crossmarketing mit Dieter Bohlen	96
3. Zusammenfassung der Ergebnisse	97

II. Aktuelle Fälle zum Umgang mit Persönlichkeitsrechten bei BILD	99
1. Ulla Schmidt – oder wie sich BILD frühzeitig in den Wahlkampf einschaltet	100
a. Der Sachverhalt	101
b. Die rechtliche Auseinandersetzung	102
aa. Das Bemühen um zwei Unterlassungen	102
bb. Das Bemühen um eine Gegendarstellung	103
c. Das Ergebnis	104
2. Der Fall Wolfgang Thierse – oder wenn ein ganzes Gremium unter den Verdacht der Geldverschwendung gerät	105
a. Der Sachverhalt	106
b. Die rechtliche Auseinandersetzung um die Berichterstattung	108
aa. Das Bemühen um eine Unterlassung	109
bb. Das Bemühen um eine Gegendarstellung	110
c. Das Ergebnis	113
3. Der Fall eines bekannten Anästhesieprofessors– oder: Wenn ein Anfangsverdacht von BILD zur Tatsache geschrieben wird	115
a. Der Sachverhalt	116
b. Die rechtliche Auseinandersetzung	119
aa. Das Bemühen um eine Unterlassung	119
bb. Das Bemühen um ein Ordnungsgeld	120
c. Das Ergebnis	121
4. Neid-Journalismus – oder wenn aus „Natur der Sache“ die Persönlichkeitsrechtsverletzung eines Kindes wird	122
a. Der Sachverhalt	123
b. Die rechtliche Auseinandersetzung	127
aa. Das Bemühen um eine Unterlassung gegen den Südwestrundfunk	127
bb. Bemühungen um eine Unterlassungserklärung gegen BILD	129
c. Das Ergebnis	130
E. Schlussbetrachtung	131
F. Literaturverzeichnis	136
G. Anhang	150

Darstellungsverzeichnis

Tabelle Nr. 01: Die Prozesse	175
Schaubild Nr. 01: Gewählte Verfahrenswege	175
Tabelle Nr. 02: Verteilung der Verfahren auf die Mediengattungen	176
Tabelle Nr. 03: Die Erfolgsquoten der Verfahrenswege in Boulevardprozessen im Vergleich	177
Tabelle Nr. 04: Die Erfolgsquoten der unterschiedlichen Verfahrenswege gegen BILD im Vergleich mit allen Verfahren	177
Tabelle Nr. 05: Erfolgreiche Verfahren gegen die erfassten Boulevardzeitungen	178
Schaubild Nr. 02: Verteilung der erlassenen einstweiligen Verfügungen auf die erfassten Boulevardzeitungen	178
Tabelle Nr. 06: Erfolgreiche Klagen gegen Boulevardzeitungen	179
Tabelle Nr. 07: Begehrter Rechtsschutz und die gewählten Verfahrenswege	180
Tabelle Nr. 08: Anteil der BILD-Verfahren	180
Tabelle Nr. 09: Erfolgreiche Verfahren gegen ausgewählte Printmedien	181
Schaubild Nr. 03: Die Erfolgsquoten von einstweiligen Verfügungen und Klagen gegen BILD im Vergleich	182
Schaubild Nr. 04: Die Verfahrensgegner ausgewählter Medien im Vergleich	183
Tabelle Nr. 10: Prominente Verfahrensgegner – ausgewählte Medien im Vergleich	183
Schaubild Nr. 05: Die Verfahrensgegner von BILD: Prominente und Nicht-Prominente	184
Tabelle Nr. 11: Die Verfahrensgegner von Bild (nach Gesellschaftsbereichen)	185
Tabelle Nr. 12: Die Kläger als Vertreter eines Gesellschaftsbereichs (alle Medien)	186
Tabelle Nr. 13: Ansprüche und Erfolgsaussichten in Prozessen gegen Boulevardzeitungen	187
Tabelle Nr. 14: Ausgang der Rechtsstreitigkeiten in unterschiedlichen Verfahrenswegen	187
Schaubild Nr. 06: Erfolgsquoten der Verfahrenswege in Hauptsacheverfahren, Verfügungsverfahren und Sonstigem	188
Tabelle Nr. 15: Angezeigte Persönlichkeitsrechtsverletzungen (alle Verfahren)	188
Schaubild Nr. 07: Angezeigte Persönlichkeitsrechtsverletzungen in Boulevardprozessen	189
Schaubild Nr. 08: Vergleich angezeigter und tatsächlicher Rechtsverletzungen durch BILD und andere Boulevardzeitungen	190
Tabelle Nr. 16: Angezeigte Rechtsverletzungen und der Prozessausgang	191
Tabelle Nr. 17: Angezeigte und tatsächliche Rechtsverletzungen durch Boulevardzeitungen im Vergleich	191
Tabelle Nr. 18: Anteil der tatsächlichen an den angezeigten Rechtsverletzungen bei BILD	192
Schaubild Nr. 09: Die verletzten Bereiche des allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch BILD	192
Schaubild Nr. 10: Die verletzten Bereiche des allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch andere Boulevardzeitungen	193
Tabelle Nr. 19: Die betroffenen Bereiche des allgemeinen Persönlichkeitsrechts bei BILD im Vergleich	194

Hinweis zum Anhang

Der umfangreiche Anlagenband ist der Universität Leipzig auf einer CD-ROM vorgelegt worden. Aus (persönlichkeits-)rechtlichen Gründen kann die Verfasserin ihn nicht komplett zur Einsicht frei geben.

Abkürzungsverzeichnis

a. A.	anderer Auffassung
a.a.O.	am angegebenen Ort
a.a.W.	aus aller Welt (Zeitungsrubrik der FR und der WELT)
Abs.	Absatz
AG	Antragsgegner
AfP	Archiv für Presserecht. Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht
Anm.	Anmerkung
APR	Allgemeines Persönlichkeitsrecht
Art.	Artikel
ArchPR	Archiv presserechtlicher Entscheidungen
AS	Antragsteller
Az.	Aktenzeichen
BamS	BILD am Sonntag
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGH	Bundesgerichtshof
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts
d. A.	die Autorin (T. Braun)
Ders.	Derselbe
Dies.	Dieselbe
DM	D-Mark
EGMR	Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte
f/ff	folgende Seite/ folgende Seiten
F.A.Z.	Frankfurter Allgemeine Zeitung
F.A.S.	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung
FR	Frankfurter Rundschau
GG	Grundgesetz
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
h. M.	herrschende Meinung
HPG	Hamburgisches Pressegesetz
i. S. d.	im Sinne des/der
i. V. m.	in Verbindung mit
JZ	Juristenzeitung
KG	Kammergericht
KUG	Kunsturhebergesetz
LG	Landgericht
LPG	Landespressegesetz
MdB	Mitglied des Deutschen Bundestages
m. w. V.	mit weiteren Verweisen
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
OLG	Oberlandesgericht
Rn.	Randnummer
S.	Seite
StGB	Strafgesetzbuch
SZ	Süddeutsche Zeitung
Tab.	Tabelle
Taz	Die Tageszeitung
Ufita	Archiv für Urheber-, Film-, Funk- und Theaterrecht
ZK	Zivilkammer
Zit. n.	Zitiert nach
ZUM	Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht

Vorbemerkung

Die in dieser Arbeit geschilderten Fälle betreffen eine sehr persönliche Sphäre der Betroffenen. Die den Rechtsstreitigkeiten vorausgegangene BILD-Berichterstattung sowie der Rechtsstreit bedeuteten für sie zum Teil einen tiefen Eingriff in ihren Ruf, ihre Privatsphäre, und nicht zuletzt erschütterten sie ihr Vertrauen in einen fairen Umgang seitens der Medien in einem nicht unerheblichen Maße. Weil ihnen die Vorkommnisse noch heute sehr präsent sind und sie diese zum Teil noch immer verletzen, baten zwei der vier Betroffenen – ein Chefarzt und ein Bürgermeister - um eine Anonymisierung ihrer Person. Angesichts dessen und der für das Hamburger Landgericht unterschriebenen Verpflichtungserklärung bittet die Autorin um Verständnis, dass im Interesse der Betroffenen nicht alle Identitäten und eingesehenen Dokumente offen gelegt werden können.

Kassel, im April 2007

Tatjana Braun

¹ Die vorliegende Untersuchung wurde im Dezember 2005 als Diplomarbeit am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Allgemeine und Spezielle Journalistik, der Universität Leipzig eingereicht.

A. Einführung

A. Einführung

„Für eine gute Story sollte man keine falsche Rücksicht nehmen. Diejenigen sind scheinheilig, die behaupten, sie stünden auf der Seite der Armen, der Opfer: Die sind der Stoff, aus dem unsere Geschichten sind. Und weiter nichts.“¹

I. Forschungsanlass und Forschungsfragen

„Immer mehr Blätter berichten immer sensationeller über immer mehr Leute.“² Mit diesen Worten bringt der Prominentenanwalt Matthias Prinz die Situation im Mediengeschäft aus seiner Sicht auf den Punkt. Durch die Etablierung des privaten Rundfunks Anfang der 80er-Jahre wurde auch für die Printmedien die für den Boulevard charakteristische Unterhaltungsfunktion bedeutender. Da die Boulevardisierung und Personalisierung der Berichterstattung aber in allen Medien in den vergangenen Jahren zugenommen hat,³ spielen Geschichten über Personen des öffentlichen Lebens eine immer wichtigere Rolle. Als Straßenverkaufszeitung ist BILD auch 53 Jahre nach der Gründung darauf angewiesen, täglich um den Leser zu kämpfen. Da der Bezug auf Prominente für viele Leser wie die weichen Nachrichtenfaktoren (Sex, Stars und Skandale) ein starkes Kaufargument darstellt,⁴ hat sich in BILD unter Chefredakteur Kai Diekmann Klatsch und Tratsch in Form des People-Journalismus verstärkt.⁵ Im Zuge dessen lebt BILD davon, dass Prominente dem Blatt Zugang zu ihrer Privat- und Intimsphäre gewähren. Bei nicht wenigen stößt das Blatt dabei auf große Bereitschaft.⁶ Doch der Konflikt schwelt: Denn nicht alle Prominente wollen ihr Privatleben in der Öffentlichkeit ausbreiten, wollen akzeptieren, dass sich aufgrund des Dranges vieler, „die eigene Person öffentlich vorzuführen (...), die Offenlegung der Privatsphäre als selbstverständlich angesehen werde (...)“⁷. Wenn dieser Wille fehlt, daran auch kein öffentliches Interesse besteht und die Berichterstattung allein der Befriedigung der Sensationslust dient,⁸ kommt es zum offenen Konflikt der Pressefreiheit mit den Persönlichkeitsrechten der Betroffenen. Die Frage nach dem strittigen Umgang mit Persönlichkeitsrechten ist kein BILD-spezifisches Problem.⁹ Bei BILD gewinnt es aber besondere Brisanz. Zum einen verfügt das Blatt über eine besondere Massenwirksamkeit. Es ist die auflagenstärkste Zeitung in Deutschland;

¹ Ein ungenannter Berliner Boulevardredakteur (zit. n. SCHNEIDER, Wolf/RAUE, Paul-Josef (1998): Handbuch des Journalismus. Hamburg: Rowohlt Verlag, S. 126).

² PRINZ, Matthias (1994): Reform des Presserechts – Wie weit darf der Persönlichkeitsschutz gehen? Vortrag vor dem Gesprächskreis Politik und Wissenschaft des Forschungsinstituts der Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn, S. 6 ff, hier S. 7.

³ Vgl. SENFFT, Heinrich (2002): Glückwunsch, BILD! In: Blätter für deutsche und internationale Politik Nr. 8, S. 924-927, hier S. 927.

⁴ Nachrichtenfaktor nach GALTUNG/RUGE (1965), vgl. NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen (Hg.) (2002): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main, S. 331, La Roche nennt diesen Faktor Prominenz (LA ROCHE: Walther von (1991): Einführung in den praktischen Journalismus, S. 74).

⁵ Vgl. RENNER, Kai-Hinrich (2004): Light- als Leitmedium, In: Journalist Nr. 5, S. 28-31, hier S. 29; N.N.: Bums bei BamS. Heidemanns konzentriert sich, In: SZ. Nr. 188/17. August 2005, S. 15.

⁶ Einige nutzen die Reichweite der Boulevardzeitung, um ihr Image zu produzieren (vgl. FRANCK, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. München, S. 151).

⁷ So der heutige Präsident des Bundesverfassungsgerichts Hans-Jürgen Papier bei den 29. Bitburger Gesprächen der Gesellschaft für Rechtspolitik 1995 (zit. n. HUFF, Martin (1995): Vorrang der Presse- und Meinungsfreiheit vor dem Schutz der Persönlichkeit. Kritik am Bundesverfassungsgericht, In: F.A.Z. Nr. 101/2. Mai, S. 4).

⁸ BGHZ, Band 131, S. 332 ff, hier S. 342.

⁹ Vgl. PRINZ (1994): Reform des Presserechts – Wie weit darf der Persönlichkeitsschutz gehen? a.a.O.

jeder fünfte Erwachsene liest BILD, unter den deutschen Boulevardzeitungen hatte sie Ende der 90er-Jahre einen Marktanteil von 75 Prozent¹⁰. Zudem gilt die einst als „*Blut- und Hoden-Blatt*“ geschmähte Zeitung mittlerweile als deutsches Leitmedium und wird auch von Qualitätsmedien als zitierfähige, also glaubwürdige Quelle genutzt.¹¹ Hat sich BILD vom Saulus zu Paulus gewandelt und wird damit ihrer besonderen Verantwortung gerecht? Nicht ganz. Mitte der 90er-Jahre bescheinigte Renate Damm, die langjährige Chefin der Rechtsabteilung des Axel Springer Verlages, BILD zwar einen quantitativen Rückgang der Klagen, fügte aber hinzu „(...) *wenn etwas passiert, ist es oft gravierender*“¹². Ungewöhnlich scharf kritisierte dagegen das Landgericht Berlin Ende 2002 den Chefredakteur von Europas größter Boulevardzeitung: Es bescheinigte Diekmann, „*bewusst seinen wirtschaftlichen Vorteil aus der Persönlichkeitsrechtsverletzung anderer*“¹³ zu ziehen. Eine Bemerkung, die den Worten Günter Wallraffs ähnelt, der dem Blatt bereits in den 70er-Jahren vorwarf, zugunsten der Auflage, Persönlichkeits- und Ehrenrechte möglichst zu umschiffen, wenn nicht gar zu verletzen.¹⁴

In den 70er-Jahren mahnte Bundeskanzler Helmut SCHMIDT, „*wer Springer gegen sich aufbringe, begebe politischen Selbstmord*“¹⁵. Auch bei anderen Prominenten herrschte lange Zeit eine gewisse Angst, im Spiel mit den Medien nicht mitzuspielen, weil man sonst „*frontal*“¹⁶ angegriffen wird, wie der Entertainer Harald JUHNKE feststellte. Dieser Umgang scheint sich verändert zu haben. Gerade Personen, die ein öffentliches Amt bekleiden oder sich im Dienst der Öffentlichkeit engagieren, berufen sich häufig auf den Schutz ihrer dem Rückzug dienenden Privat- oder Intimsphäre. Andere Prominente haben begriffen, dass sie es durchaus in der Hand haben, in unterschiedlichem Maße den „*Grad ihrer Intimisierung*“¹⁷ selbst zu bestimmen. Mit diesem Wissen lassen sie sich auch von BILD-Journalisten mit Sätzen nicht mehr einschüchtern wie „(...) *wir möchten eine Geschichte mit dir machen, du arbeitest mit und gibst uns ein Interview, das wie freiwillig aussieht, oder du kriegst zehn negative Schlagzeilen*“¹⁸. Nach Einschätzung des Medienanwalts SCHERTZ nimmt gerade bei bestimmten Prominenten die Bereitschaft zu, sich gegen diese Art der Berichterstattung zu wehren.¹⁹ Längst seien Prominente nicht mehr bereit, „*jede Kröte schlucken zu müssen, um von weiterer negativer Berichterstattung verschont zu bleiben*“²⁰, pflichtet ihm Prominentenberaterin FENDEL bei, die unter anderem die Schauspielerin Esther Schweins berät. In den vergangenen zehn Jahren sind daher mehrere Urteile zum Umfang der

¹⁰ KOSCHNICK, Wolfgang J. (1998): Kaufzeitungen in der Krise. Abkehr vom Boulevard. In: Der Journalist Nr. 11. S. 12-22, hier S. 13; auf Zahlen von 1989 bezieht sich die Zusammenstellung bei PÜRER/RAABE (Dies. (1996): Medien in Deutschland. Band I: Presse. 2. Auflage. München, S. 173).

¹¹ RENNER (2004): Light- als Leitmedium, a.a.O., S. 28.

Anm.: Obwohl das Bonner Institut Medien Tenor BILD 2003 als „Agenda Setter“ auszeichnete, bleiben die Kritiker, die BILD nur als „selbsternanntes Leitmedium“ betrachten (vgl. KULICK, Holger (2005): Berliner Diskussion: „Desinformierendes Grundrauschen“, In: Der Journalist Nr. 11, S. 14).

¹² SONTHEIMER, Michael (1995): Ein hartes Blatt - Journalismus an der Grenze der Geschmacklosigkeit, In: Spiegel Spezial. Nr. 1, S. 38-43, hier S. 43.

¹³ Zit. n. RENNER (2004): Light- als Leitmedium, a.a.O., S. 30.

¹⁴ WALLRAFF, Günter (1977): Der Aufmacher. Der Mann, der bei Bild/Hans Esser war. Köln, S. 68 f.

¹⁵ JÜRGS, Michael (1995): Der Fall Axel Springer. München; Leipzig, S. 236.

¹⁶ zit. n. SCHNEIDER, Ulrich F.: (2004): Der Januskopf der Prominenz. Zum ambivalenten Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit. Wiesbaden, S. 361.

¹⁷ SCHNEIDER (2004): Der Januskopf der Prominenz, a.a.O., S. 363.

¹⁸ Diese Erfahrung machte Fernsehmoderatorin Charlotte Roche, nachdem ihre Brüder bei einem Autounfall ums Leben gekommen waren (zit. n. SCHRADER, Carsten (2004): Antistar. Interview mit Charlotte Roche. In: ULYSEES_BIG, Nr. 1, Laute Leute, S. 32-33, hier S. 33).

¹⁹ NIGGEMEIER, Stefan (2004a): Raab gegen „Bild“. Eine Frage der Ehre. In: F.A.S. Nr. 19/9. Mai, S. 31; SCHERTZ hat unter anderen Herbert Grönemeyer, Alfred Biölek, Katja Flint und Sibel Kekilli gegen BILD vertreten.

²⁰ SIMON, Ulrike (2004): Dreckige Hetzkampagne, In: Tagesspiegel-Online, 20. November. Medien (zit. n. <http://archiv.tagesspiegel.de/archiv/20.11.2004/1489825.asp> vom 10. Januar 2005).

Persönlichkeitsrechte von Personen des öffentlichen Lebens ergangen. Diese Entwicklung gibt für dieses Buch Anlass zu fragen:

1. **Haben Boulevardmedien – hat vor allem BILD – in jüngster Vergangenheit unzulässig über Personen des öffentlichen Lebens berichtet? Wenn ja: In welche Rechte haben sie eingegriffen?**
2. **Die Bereitschaft von Prominenten, sich juristisch zur Wehr zu setzen, scheint zugenommen zu haben. Welche juristischen Möglichkeiten bestehen, die Schäden für sie in Grenzen zu halten? Wer klagte weshalb? Welche(s) Persönlichkeitsrecht(e) wurden verletzt? Und: Was waren das für Fälle, in denen Prominente juristisch erfolgreich waren?**
3. **Mit welchen Problemen hatten Prominente nach der entsprechenden BILD-Berichterstattung zu kämpfen?**

II. Forschungsstand: BILD und die Persönlichkeitsrechte im Spiegel wissenschaftlicher Publikationen

Nähert man sich dem Gegenstand BILD in der wissenschaftlichen Literatur, fallen in erster Linie Arbeiten auf, welche die stilistische Gestaltung der Texte untersuchen. Es geht um Fragen wie beispielsweise die emotionale Ansprache der Leser durch Layout und sprachliche Muster erzeugt wird.²¹ Die Analyse der Berichterstattung über bestimmte Themen wie Kriminalität²² und Arbeitslosigkeit²³ sowie des Frauenbildes in BILD²⁴ sind weitere Forschungsfragen. Auf der Suche nach Untersuchungen zum Umgang mit Persönlichkeitsrechten bei BILD findet man dagegen wenig. Die jüngste Arbeit wurde Ende der 90er-Jahre publiziert.²⁵ Frühere Arbeiten datieren aus den 70er- und 80er-Jahren – und sie erklären vielleicht, warum zum Umgang mit Persönlichkeitsrechten nicht viel zu finden ist: Für Erich KÜCHENHOFF, der nachzuweisen versuchte, „dass in bestimmten Fällen der Berichterstattung über Arbeitskämpfe, Gewerkschaftspolitik, Mieten und Sozialpolitik die demokratischen Grenzen der Pressefreiheit überschritten wurden“²⁶, folgte eine harte Auseinandersetzung mit dem Springer-Verlag²⁷ sowie eine Gegenveröffentlichung²⁸. KÜCHENHOFF stellte damals fest: „Keine Frage. Springer will mich zermürben – mit Gegendarstellungen und Redaktionsschwänzen zu Gegendarstellungen (...) und mit einer Anti-Küchenhoff-Kampagne in seinen Blättern.“²⁹ Auch Günter Wallraff, der „Erzfeind“³⁰ des Springer-Konzerns, musste sich Ende der

²¹ VOSS, Cornelia (1999): Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der Bild-Zeitung. Frankfurt/Main; BÜSCHER, Hartmut (1996): Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse. Frankfurt/Main; WEBER, Klaus (1980): Die Sprache der Sexualität in der Bild-Zeitung. Berlin; MITTELBERG, Ekkehart (1967): Wortschatz und Syntax der Bild-Zeitung. Marburg.

²² IONESCU, Andra (1996): Kriminalberichterstattung in der Tagespresse. Diss. Universität Erlangen.

²³ RIEDMILLER, Thomas (1988): Arbeitslosigkeit als Thema der Bild-Zeitung. Tübingen.

²⁴ KLEIN, Marie-Luise (1985): Goldmädel, Rennmiesen und Turnküken. Berlin.

²⁵ MINZBERG, Martina (1999): Bild-Zeitung und Persönlichkeitsschutz. Baden-Baden.

²⁶ KÜCHENHOFF, Erich (1972): BILD-Verfälschungen. Analyse der Berichterstattung der Bild-Zeitung über Arbeitskämpfe, Gewerkschaftspolitik, Mieten, Sozialpolitik. Analyse. Frankfurt/Main, S. 9.

²⁷ N.N.: „Springer will mich zermürben“, In: Der Journalist. Nr. 7/Juli 1972.

²⁸ AXEL SPRINGER VERLAG (1972): Der Fall Küchenhoff oder Agitation mit dem falschen Etikett. Wie politische Gegnerschaft zu BILD wissenschaftlich verbrämt werden sollte. Berlin.

²⁹ zit. n. N.N.: „Springer will mich zermürben“, a.a.O.

³⁰ SCHEITHAUER, Ingrid/WILKENS, Katrin (2001): Es ist ein Stich ins Herz. Ein Streitgespräch zwischen Günter Wallraff, dem Mann, der bei Bild/Hans Esser war, und dem früheren Chefredakteur Hans-Hermann Tiedje, In: FR Nr. 145/26. Juni, Medien, S. 21.

70er-Jahre nach der Publikation seiner Innenansichten des Boulevardblatts³¹ vor Gericht verantworten. Eine weitere Fallsammlung haben Vertreter der Anti-BILD-Kampagne 1983 zusammengestellt.³² Arbeiten zum Umgang mit den Persönlichkeitsrechten von Personen des öffentlichen Lebens aus journalistischer oder medienwissenschaftlicher Sicht gibt es bisher nicht – wohl weil die Erforschung des Phänomens 'Prominenz' selbst noch in den Kinderschuhen steckt.³³

Auf der Suche nach Literatur zum Schutz der Persönlichkeitsrechte in den Medien wird man auf die Rechtswissenschaft verwiesen. Abgesehen von den maßgeblichen Urteilen³⁴ und Standardwerken³⁵ sind in den vergangenen zehn Jahren Publikationen über den Persönlichkeitsschutz – im Speziellen den von Personen des öffentlichen Lebens – herausgekommen.³⁶ Die Arbeiten befassen sich vorwiegend mit dem Spannungsverhältnis zwischen Medienfreiheiten und dem Persönlichkeitsschutz³⁷ wie der Frage nach der Kommerzialisierung von Persönlichkeitsrechten durch die Medien³⁸. Eine detaillierte Monografie zum Persönlichkeitsrecht von Personen der Zeitgeschichte wurde 2002 vorgelegt.³⁹ Neben der Darstellung der Entwicklung des zivil- und strafrechtlichen Persönlichkeitsrechtsschutzes werden die aktuellen Interessenkollisionen in Fallgruppen herausgearbeitet. Die Autorin kommt zu dem Schluss, dass das Problemfeld, das beim Zusammentreffen des Persönlichkeitsrechts von Personen der Zeitgeschichte und den Interessen der Medien bestehe, auch *„in Zukunft an Aktualität nicht verlieren wird“*⁴⁰.

III. Die Recherche

Die Suche nach aktuellen Fällen von Persönlichkeitsrechtsverletzungen gestaltete sich für die Autorin alles andere als einfach. Zumal feststand, dass Fälle dargestellt werden sollten, die nicht nur vom Deutschen Presserat gerügt, sondern von einem Gericht als Rechtsverletzung beschieden worden waren. Da eine Anfrage bei der Rechtsabteilung des Axel Springer Verlages ausschied, blieben nur zwei Recherchewege: Der erste führte über solche Landgerichte, bei denen ein hohes Aufkommen an Pressesachen zu vermuten war: In Hamburg, Berlin, München, Köln und Dresden fragte die Autorin an, ob Statistiken über Verfahren gegen Boulevardmedien

³¹ WALLRAFF (1977): Der Aufmacher. a.a.O.; Ders. (1982): Zeugen der Anklage. Die „Bild“-Beschreibung wird fortgesetzt. Köln.

³² BERGER, Frank/NIED, Peter/VEIT, Sven-Michael (Hg.) (1983): Wenn BILD lügt, kämpft dagegen. Neue Untersuchungen, Fallbeispiele und Gegenaktionen. 1. Auflage. Essen.

³³ Vgl. SCHNEIDER (2004): Der Januskopf der Prominenz, a.a.O., S. 56.

³⁴ Für den hier zu behandelnden Gegenstand sind unter anderem das „Soraya“-Urteil und die verschiedenen „Caroline“-Entscheidungen des BGH, BVerfG und EGMR relevant.

³⁵ SOEHRING, Jörg (2000a): Presserecht: Recherche, Berichterstattung, Ansprüche im Recht der Presse und des Rundfunks und der Neuen Medien. 3. Auflage. Stuttgart.

³⁶ GUHA, Harald Andreas (1999): Der Schutz der absoluten Person der Zeitgeschichte vor indiskreter Wort- und Bildberichterstattung. Frankfurt/Main; ENGAU, Herwigh (1993): Straftäter und Tatverdächtige als Personen der Zeitgeschichte – ein Beitrag zur Problematik identifizierender Mediendarstellungen. Frankfurt/Main; MOOSMANN, Oliver (2002): Exklusivstories – zur rechtlichen Problematik der Exklusivvermarktung von Lebensgeschichten und anderen persönlichkeitsrechtlich geschützten Informationen. Frankfurt/Main u.a.

³⁷ SCHOLZ, Rupert/KONRAD, Karlheinz (1998): Meinungsfreiheit und Allgemeines Persönlichkeitsrecht – Zur Rechtssprechung des Bundesverfassungsgerichts, In: Archiv des öffentlichen Rechts Band 123, S. 60-121; EISENBARTH, Peter J. (2000): Das Recht am eigenen Bild von relativen und absoluten Personen der Zeitgeschichte. Konstanz. 2000; GERLACH, Jürgen von (2001): Persönlichkeitsschutz und öffentliches Informationsinteresse im internationalen Vergleich, In: AfP Nr. 1, S. 1-8.

³⁸ STADLER, Astrid (1999): Die Kommerzialisierung des Persönlichkeitsrechts – Individualrechtsschutz gegen Medienübergänge im Privatrecht. Konstanz.

³⁹ GRONAU, Kerstin (2002): Das Persönlichkeitsrecht von Personen der Zeitgeschichte und die Medienfreiheit. Baden-Baden.

⁴⁰ Ebenda, S. 235.

geführt würden und ob es möglich sei, die Verfahren auszuwerten. Dresden fiel aus dem Raster, da nach Auskunft des Vorsitzenden Richters Olaf Becker zwischen 2001 und 2003 lediglich elf Verfahren gegen Boulevardmedien eingegangen waren. Während das Landgericht Berlin nur spärliche Angaben zum Aufkommen an der Pressekammer machte und sich weiterer Mitarbeit aus Zeit- und Personalmangel verweigerte, waren bei den Landgerichten Köln und München genügend Verfahren gegen Boulevardmedien eingegangen, und die Gerichte bekundeten auch ihre Hilfsbereitschaft. Nach Rücksprache mit dem Vorsitzenden Richter der Hamburger Pressekammer, Andreas Buske, modifizierte die Autorin ihr Vorhaben. Statt der Erhebung von Verfahren über mehrere Jahre und bei mehreren Gerichten – wie angedacht – konzentrierte sie sich nun auf das für eine Erhebung jüngste der vollständigen und zugänglichen Jahre: das Jahr 2003⁴¹, in dem sich die Richter der Hamburger Pressekammer mit 931 Verfahren beschäftigt hatten. Es wurden 178 Verfahren ausfindig gemacht, deren Anlass in der Berichterstattung einer Boulevardzeitung lag, 142 davon betrafen BILD.

Der zweite Weg stellte sich als ebenso beschwerlich wie der erste heraus: Nachdem eine Anfrage beim Rechtshilfefonds für BILD-Geschädigte unbeantwortet blieb, wandte sich die Autorin auf der Suche nach aktuellen Fällen an solche Rechtskanzleien im Bundesgebiet, die sich auf das Presserecht spezialisiert haben. Der Berliner Anwalt Dr. Christian Schertz bekundete zunächst seine Bereitschaft, sich um die für die Falldarstellung nötige Einwilligung bei seinen Klienten zu kümmern, machte aber später einen Rückzieher. Auch eine Anfrage bei der Kanzlei Senfft Kersten Voss-Andreae & Schwenn wurde aus Zeitgründen negativ beantwortet. Daneben wollten einige Prominente – wie Anfragen ergaben⁴² - ihren Fall nicht erneut an die große Glocke hängen. Sie verweigern daher die Einsicht in ihre Akten. Dagegen sagte der Bonner Anwalt Gernot Lehr⁴³ zu. Nach Einwilligung von dessen Mandanten dürfen in dieser Arbeit vier Fälle im Zeitraum von 2002 bis 2005 geschildert werden. In die Darstellung einbezogen wurden freigegebene Akten, Erläuterungen des von der Schweigepflicht entbundenen Anwalts, Zeitungsartikel sowie eine standardisierte, schriftliche Befragung der Betroffenen.

⁴¹ Anm.: Einige Verfahren liefen wegen eingelegerter Widersprüche, Beschwerden oder verschobener Termine zur mündlichen Verhandlung bis ins Jahr 2004.

⁴² Beispielsweise sagte der Ex-Talkmaster Alfred Biolek ab, zum Fall vgl. N.N.: Bio gegen „Bild“, In: Der Spiegel Nr. 23/Juni 2002, zit. n. Online-Version www.spiegel.de/spiegel/0,1518,199758,00html vom 21. August 2004).

⁴³ Gernot Lehr gehört der Kanzlei Redeker Sellner Dahs & Widmaier mit Sitz in Bonn an.

IV. Forschungsablauf

1. Der Forschungsgegenstand

a. BILD, ihre Geschichte und das Recht

Der empirische Zugang zum Forschungsgegenstand BILD ist aus persönlichen wie datenschutzrechtlichen Gründen extrem schwierig. Zwar war BILD in der Vergangenheit für den Drill auf das Ergebnis und korrespondierende Arbeitsweisen bekannt, „*die kritikable Verhaltensweisen wenn nicht zwingend hervorrufen, so doch zumindest begünstigen*“⁴⁴. Untersucht ist dies aber bisher kaum. Trotz dieser Schwierigkeiten ist es Ziel dieser Arbeit, anhand von vier Fällen den aktuellen Umgang mit Persönlichkeitsrechten – im Fokus stehen Prominente - bei der BILD-Zeitung exemplarisch darzulegen. Es soll untersucht werden, warum die Betroffenen klagten und damit jegliche Zusammenarbeit mit BILD aufkündigten. Im Zuge dessen soll detailliert dargelegt werden, welcher Methoden sich BILD in Recherche und Berichterstattung bediente, die zur Persönlichkeitsrechtsverletzung führten.

Um den aktuellen Umgang mit Persönlichkeitsrechten bei BILD einordnen zu können, ist zunächst der Blick in die Vergangenheit nötig. Neben Daten zum Forschungsgegenstand BILD wird das Rechtsverständnis der Zeitung von den 50ern bis in die 90er-Jahre aufgearbeitet. Warum aber ein allgemeines Rechtsverständnis bei BILD? Ethik oder das „*berufliche Gewissen*“⁴⁵ spielen gerade im Journalismus eine große Rolle: „*Die berufliche Ethik verpflichtet zur Unbestechlichkeit und zur Selbstkritik, sie mahnt, den inneren Schweinehund (...) zu bekämpfen, damit der Journalist sein Tun vor dem Publikum und sich selbst jederzeit rechtfertigen kann.*“⁴⁶ Diesem individualistischen Ansatz wird mit Blick auf die „*Mammutmaschine*“⁴⁷ BILD nicht gefolgt. Die Autorin stimmt früheren Kritikern zu, die davon ausgehen, dass es bei Rechtsverletzungen durch Journalisten des Boulevardblatts nicht um die menschlichen Verfehlungen Einzelner geht. Zwar ist es richtig, dass der Umgang mit Betroffenen „*zunächst eine Frage der persönlichen Berufsauffassung ist*“⁴⁸. Andererseits muss konstatiert werden, dass die Annahme, journalistische Fehlleistungen ausschließlich „*auf Mängel der individuellen Berufsmoral zurückzuführen (...), die spezifische Produktionsstruktur als materielle Basis*“⁴⁹ vernachlässigt. Die tendenzielle „*Abkehr vom Boulevard*“⁵⁰ und der daraus resultierende Konkurrenzkampf um die Auflage stellt Anforderungen an die Journalisten wie „*die höchste Aktualität, skandal- und sensationsträchtige Themen, reißerische Schlagzeilen, kurze Artikel (...), welche die Befolgung der 'Publizistischen Grundsätze' erheblich erschweren, wenn nicht gar verunmöglichen*“⁵¹. Gleiches dürfte für die Befolgung presserechtlich normierter Anforderungen gelten.

⁴⁴ BERMES, Jürgen (1991): Der Streit um die Presse-Selbstkontrolle: Der deutsche Presserat. Baden-Baden, S. 185.

⁴⁵ Ebenda, S. 65.

⁴⁶ PROTT, zit. n. Ebenda, S. 65.

⁴⁷ MÜLLER, Hans Dieter (1968): Der Springer-Konzern. Eine kritische Studie. München, S. 101.

⁴⁸ BERMES (1991): Der Streit um die Presse-Selbstkontrolle, a.a.O., S. 80.

⁴⁹ Ebenda.

⁵⁰ KOSCHNICK (1998): Kaufzeitungen in der Krise (1998), a.a.O., S. 13.

⁵¹ BERMES (1991): Der Streit um die Presse-Selbstkontrolle, a.a.O., S. 80.

Doch gerade BILD ist in der Vergangenheit wegen ihres „*fortgesetzten Sensationsjournalismus*“ (...) *ständiger Falschberichterstattung, Sensationsmache, Einbrüche in die Intimsphäre*“⁵² im Kreuzfeuer der Kritik gewesen. Statt jedoch einzelne Journalisten anzugreifen, wird von „*publizistischer Arbeit*“⁵³ der BILD-Zeitung gesprochen, deren redaktionelle Herstellung „*etwas Maschinelles, Fließbandartiges*“⁵⁴ an sich hat: „*Der 'Bild'-Mythos hat sich (...) längst in einer Apparatstruktur verfestigt, die ihm heute eine unangreifbare ökonomische Basis verschafft*“⁵⁵, stellt Springer-Kenner Hans Dieter MÜLLER fest. Wie diese „*komplizierte Mechanik der Maschine Bild*“⁵⁶ funktioniert, äußert sich nicht zuletzt in vom enormen Erfolgsdruck gekennzeichneten Umgangsformen und im Arbeitsklima, in dem BILD-Journalisten sozialisiert werden: Chefredakteur Günter Prinz beispielsweise brüllte zwar gelegentlich seine Redaktion „*zusammen, dass wirklich keiner gezwungen sei zu fälschen. Forderte aber gleichzeitig heute die Sensationsmeldung, die morgen mehr verkauft wird als die von gestern*“⁵⁷. Einschleichpraktiken, die das allgemeine Persönlichkeitsrecht verletzen,⁵⁸ werden „*offiziell vermahnt, inoffiziell belobigt*“⁵⁹. „*Ein Text geht durch so viele Hände, und die Kollegen, die ihn bearbeiten, sind immer weiter von den Ereignissen entfernt*“⁶⁰, beschreibt ein ehemaliger Redakteur das hochproblematische Vorgehen, nach dem BILD arbeitet - obwohl es selbst für die Chefetage unübersichtlich ist: „*Die Maschine ist gigantisch, und manchmal weiß die Linke nicht, was die Rechte tut.*“⁶¹

Dieses Rechtsverständnis, das Günter Wallraff in seinen Büchern Ende der 70er-Jahre erstmals offen legte, ist in der Literatur kaum komprimiert dargestellt worden. Es soll der Versuch unternommen werden, anhand der einschlägigen Passagen aus Monografien zum Springer-Konzern⁶², der Bücher von Günter Wallraff, ähnlicher Publikationen, die später die Fälle von BILD-Opfern veröffentlichten⁶³, von Zeitungsmeldungen und -berichten⁶⁴ sowie teilweise aus der Spruchpraxis des Deutschen Presserats⁶⁵ dieses Rechtsverständnis aufzuarbeiten. Besonders viel Raum soll die Darstellung jener Methoden von BILD-Journalisten einnehmen, die Wallraff bis ins Detail dargestellt hat. Dabei wird es neben den Verletzungen des Persönlichkeitsrechts auch um die Umgehung strafrechtlicher Vorschriften gehen. Abschließend wird der geschichtliche Teil mit der Einordnung des aktuellen Stellenwerts von BILD in der deutschen Presselandschaft - um vor diesem Hintergrund zu fragen: Wie steht es heute bei BILD mit dem Umgang mit Persönlichkeitsrechten?

⁵² N.N.: Sterbenskrank, In: Journalist Nr. 11/1980, S. 22 ff, hier S. 24.

⁵³ Ebenda.

⁵⁴ MÜLLER (1968): Der Springer-Konzern, a.a.O., S. 106.

⁵⁵ Ebenda, S. 107.

⁵⁶ SONTHEIMER (1995): Ein hartes Blatt, a.a.O., S. 41.

⁵⁷ JÜRGS (1995): Der Fall Axel Springer, a.a.O., S. 186.

⁵⁸ SOEHRING (2000a): Presserecht, a.a.O., Rn. 10.26.

⁵⁹ MÜLLER (1968): Der Springer-Konzern, a.a.O., S. 102.

⁶⁰ SONTHEIMER (1995): Ein hartes Blatt, a.a.O., S. 41.

⁶¹ Hans-Hermann Tiedje, zit. n. Ebenda, S. 41.

⁶² Zu nennen sind Hans Dieter MÜLLER (Ders. (1968): Der Springer-Konzern, a.a.O.), Henno LOHMEYER (Ders. (1992): Springer - ein deutsches Imperium. Berlin) und Michael JÜRGS (Ders. (1995): Der Fall Axel Springer, a.a.O.).

⁶³ BERGER/NIED/VEIT (1983): Wenn BILD lügt, kämpft dagegen, a.a.O.; MINZBERG (1999): Bild-Zeitung und Persönlichkeitsschutz, a.a.O.

⁶⁴ Anm.: Für Vorfälle in den 60er- und 70er-Jahren erweist sich vor allem der SPIEGEL als Fundgrube. Ab Anfang der 90er-Jahre sind F.A.Z. und taz die Medien, die häufig über Rechtsverletzungen durch BILD berichten.

⁶⁵ Dabei wird in erster Linie auf die Monografie von BERMES zurückgegriffen (Ders. (1991): Der Streit um die Presse-Selbstkontrolle, a.a.O.).