



LEITLINIEN FÜR INTERVIEW- AUTORISIERUNG





Die DJV-Verlags- und
Service GmbH präsentiert:

**Service ist für uns
mehr als ein Wort**

*Autovermietungen, Mobilfunk, Buch-
haltungssoftware für Freiberufler,
Versicherungen, eine große Auswahl
Ratgeberliteratur für den journalis-
tischen Berufsalltag und spezielle
Angebote für Bildjournalisten, z. B.
Bildbearbeitungs-Software und Ver-
marktung im DJV-Bildportal.*

**Besuchen Sie uns unter
www.djv.de/service**

von Kollegen für Kollegen
**der Direktvertrieb für
das journalistische Bild**

**www.
djv-bildportal.de**





DJW WISSEN: 16

LEITLINIEN FÜR INTERVIEW- AUTORISIERUNG



Impressum

Herausgeber

Deutscher Journalisten-Verband
– Gewerkschaft der Journalistinnen
und Journalisten –

Charlottenstraße 17

10117 Berlin

Tel. 030/72627920

Fax 030/726279213

Mail: djv@djv.de

Web: www.djv.de

Verantwortlich:

Kajo Döhring

Redaktion:

Ulrike Kaiser, Hendrik Zörner

Realisation und Druck:

inpuncto:asmuth GmbH, Bonn/Köln

Stand: Mai 2017

Fotonachweis:

Titel links: Rolf Poss/prp (DJV-Bildportal)

Titel oben rechts: Meike Engels,
0049-151-67600901/Meike Engels
(DJV-Bildportal)

Titel unten rechts: Ulrich Bangert (DJV-Bildportal)

S. 9: Jürgen Moers (DJV-Bildportal)

S. 13: Lorenz Baader/Pressefoto BAADER
(DJV-Bildportal)

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung		Positionen von Berufsorganisationen	
Vom Wert des Gesagten	5	Deutscher Presserat	11
Leitlinien für Interview-Autorisierung		Deutscher Journalisten-Verband (DJV)	11
Beschlossen vom DJV-Gesamtvorstand am 20. September 2010 in Stuttgart	6	Bundesverband deutscher Pressesprecher	12
Hintergrundmaterial		Einzelne Stimmen	14
Journalistische Interviews	8	Zum Nachlesen	15
Rechtliche Situation	8	Landesverbände	16
Konfliktfälle	10		

EINLEITUNG

VOM WERT DES GESAGTEN

Viele Journalistinnen und Journalisten, aber auch Politiker und Leser erinnern sich noch gut daran, wie die taz mit weitreichenden Änderungswünschen eines Politikers umging: Im November 2003 schwärzte die Redaktion des Blattes jene Passagen eines Interviews mit dem damaligen SPD-Generalsekretär Olaf Scholz, die auf Wunsch der SPD-Pressestelle verändert werden sollten. Mit ihrer Aktion verscherzte es sich die taz möglicherweise mit dem Sozialdemokraten, fand aber viel Sympathie bei Journalisten und Lesern. Etliche andere Zeitungen solidarisierten sich mit der taz – alle gemeinsam prangerten den um sich greifenden „Autorisierungswahn“ an. Der DJV auch. Zwei Wochen lang war die Autorisierung von Interviews vorherrschendes Thema auf den Medienseiten deutscher Zeitungen. Danach wurde es ruhig. Geändert hat sich seitdem wenig.

Autorisiert wird in Deutschland immer noch gern, am liebsten von Politikern und Unternehmensleitungen. Das Wortinterview, das als solches gedruckt oder gesendet werden soll, läuft selten nach dem Motto „Es gilt das gesprochene Wort“ über die Druckwalze. Und auch wörtliche Zitate in Artikeln, Meldungen und Berichten sind häufig von den Befragten freigegeben worden.

Viele Journalistinnen und Journalisten haben ihre Fragetechnik längst daran ausgerichtet, dass es noch Änderungswünsche geben könnte. Die einen besprechen mit dem Interviewpartner am Schluss die wört-

lichen Zitate, die sie veröffentlichen wollen (ein beliebtes Mittel bei Nachrichtenagenturen), die anderen führen Interviews nur noch schriftlich, indem Fragen und Antworten per E-Mail ausgetauscht werden.

Weitgehend unbeantwortet bleibt indes die Frage nach dem Autorisierungsanspruch. Gilt das gesprochene Wort oder hat der Befragte ein Anrecht auf Freigabe seines O-Tons? Antworten auf diese und weitere Fragen und Tipps für den in der journalistischen Praxis besten Weg will diese Broschüre geben. Sie erscheint – nach Vorarbeit der DJV-AG Bildung und Qualität – anlässlich der Verabschiedung von Interview-Leitlinien durch den DJV-Gesamtvorstand im Herbst 2010.

LEITLINIEN FÜR INTERVIEW-AUTORISIERUNG

BESCHLOSSEN VOM DJV-GESAMT-VORSTAND AM 20. SEPTEMBER 2010 IN STUTTGART

Interviews als journalistische Methode (Recherche) und Darstellungsform (Wort-Interview) dienen der Sachinformation, der persönlichen Stellungnahme und/oder der Porträtierung des Interviewten.

In aller Regel sind Interviews als „kleine Form“ in der journalistischen Praxis unproblematisch und werden ohne weitere Absprachen telefonisch, schriftlich oder am Rande von Veranstaltungen geführt. Der Journalist/die Journalistin baut so gewonnene Zitate wörtlich oder in indirekter Rede in einen Beitrag ein.

Anders bei Interviews mit Funktionsträgern/Prominenten aus Politik, Wirtschaft, Sport oder Unterhaltung, die als (gekürztes) Wort-Interview publiziert werden sollen. Die Gesprächspartner/innen beanspruchen dann oft eine Freigabe bzw. Autorisierung des Interviews. Dabei kommt es zunehmend zu Konflikten zwischen den Interviewpartnern – dann zum Beispiel, wenn der Interviewte im Nachhinein Äußerungen revidiert und negiert.

Die Autorisierung ist im deutschen Journalismus (im Gegensatz zum angloamerikanischen) üblich auf der Grundlage des Urheber- und Persönlichkeitsrechts, wenn auch – bei freiwilligem Verzicht oder entsprechender Vereinbarung – nicht zwingend. Der DJV rät Journalistinnen und Journalisten mit Blick auf die Unabhängigkeit ihrer Berichterstattung zu einer restriktiven Handhabung der Interview-Autorisierung und plädiert

für Spielregeln zwischen den Interviewpartnern, die den Charakter des Interviews nicht konterkarieren.

Interviews zeichnen sich aus durch lebendige Frage-Antwort-Interaktion zwischen den Beteiligten, durch Vermittlung neuer, überraschender Aspekte sowie durch Authentizität und Spontaneität. Nachträgliche Eingriffe, die über sachliche Korrekturen hinausgehen, können diese Merkmale stören und sollten unterbleiben. Der Journalist/die Journalistin muss anderenfalls entscheiden, ob und wie das Interview oder Teile davon veröffentlicht werden. Dabei bewertet er/sie im Einzelfall auch ein besonderes öffentliches Informationsinteresse.

Mit Fairness, Transparenz und Professionalität auf beiden Seiten sollten Konfliktfälle zu vermeiden bzw. zu lösen sein. Der DJV empfiehlt daher folgende Leitlinien für so genannte Wort-Interviews in der Presse:

1. Journalistinnen und Journalisten haben die Pflicht, Interview-Äußerungen korrekt wiederzugeben und nicht sinnentstellend zu kürzen. Eine vom Interviewpartner genehmigte Tonaufzeichnung dient der notwendigen Klarheit.
2. Der Interviewte kann die Autorisierung eines mit ihm geführten Interviews fordern. Dieser Anspruch beschränkt sich auf redaktionell bearbeitete Wort-Interviews. Komplette Beiträge oder indirekt wiedergegebene Zitate aus Rechercheanfragen sind nicht betroffen.
3. Art und Umstände von Autorisierungen sollte die Redaktion in redaktionellen Leitsätzen festhalten und diese dem Interviewten rechtzeitig vor Gesprächsbeginn zur Kenntnis geben. Davon ggf. abweichende Vereinbarungen werden vor dem Interview festgehalten.
4. Autorisierungen dienen der sachlichen Korrektheit, der Sinnwahrung und sprachlichen Klarheit. Änderungen müssen sich darauf beschränken.
5. Der Interviewte hat kein Recht, Fragen des Interviewers nachträglich abzuändern. Die Redaktion akzeptiert solche Eingriffe nicht.
6. Nachträgliche Änderungen des Interviewten, die die Authentizität des Interviews oder einen wesentlichen Aussagegehalt konterkarieren, können von der Redaktion abgelehnt werden. Die Redaktion versucht argumentativ, Einvernehmen mit dem Interviewpartner herzustellen. Gelingt dies nicht, sollte sie auf den Abdruck des Interviews verzichten. Sie behält sich vor, dies öffentlich zu machen. Im besonderen Einzelfall kann das öffentliche Informationsinteresse den Abdruck einer zurückgenommenen Aussage rechtfertigen.
7. Redaktionen entscheiden über das Mittel der Darstellung. Schriftliche Antworten auf vorab eingereichte Fragen können ein aktuelles Informationsbedürfnis erfüllen, ersetzen aber kein persönliches Interview. Da dieses von Spontaneität lebt und sich inhaltlich im Gespräch entwickelt, kann es sich nicht auf vorab eingereichte Fragen beschränken. Mehr als die Absprache von Themengebieten sollte daher im Vorhinein nicht zugesichert werden.
8. Vorgefertigte Interviews aus Pressestellen („kalte Interviews“) können als Hintergrundmaterial dienen. Sie als vermeintlich eigene Interviews zu publizieren widerspricht der journalistischen Ethik.
9. Im Sinne der journalistischen Glaubwürdigkeit macht die Redaktion jene Umstände transparent, unter denen ein Interview zustande kam (schriftlich, telefonisch oder im Pressegespräch). Insbesondere täuscht der Interviewer keine persönliche Begegnung mit dem Interviewpartner und/oder Exklusivität vor.
10. Die Redaktion kann das Interesse an der Form des Interviews steigern, indem sie Dritte (Fachleute, Prominente, Leser/innen, Jugendliche) auf der Seite der Interviewer teilhaben und Fragen stellen lässt. Für ihre Beteiligung gelten die gleichen Regeln.

HINTERGRUNDMATERIAL

JOURNALISTISCHE INTERVIEWS

Journalistische Interviews sind Stilform und Recherchemittel zugleich. Bei journalistischen Interviews wird unterschieden zwischen

- Recherchefragen
- Wort-Interview
als Rein- oder Mischform aus
 - Interview zur Sache → Auskunft über Fakten
 - Interview zur Meinung → Beurteilung eines Problems
 - Interview zur Person → Porträt
- Gespräch → mehrere Gesprächspartner (z. B. Roundtable)
- Umfrage → standardisierte Fragen an diverse Ansprechpartner/innen

Als spannendes Frage-und-Antwort-Spiel bieten Interviews und Gespräche informativen Lesestoff und zählen zu den Formen, die an Journalisten große Herausforderungen hinsichtlich Vorbereitung und Sachkenntnis stellen. Um auch dem Gesprächspartner Möglichkeiten zur Vorbereitung zu geben, teilt der Interviewer sein Themeninteresse vorab mit.

Interviews leben von der Dynamik der Gesprächssituation, von der Interaktion der Partner, von interessanten Fakten und Erkenntnissen über die Personen und Sachverhalte und unterscheiden sich daher wesentlich von einer schriftlichen Befragung, die von Interviewpartnern gerne als vermeintliche Alternative angeboten wird.

Mit Ausnahme des Live-Interviews im Rundfunk werden Interviews für die redaktionelle Berichterstattung aufbereitet. Selbst wenn – wie üblich – ein Mitschnitt des Gesprächs vorliegt: Das Interview wird auf dieser Basis redaktionell bearbeitet, gekürzt, dabei manchmal umstrukturiert, um den Lesefluss zu verbessern.

Vorauszusetzen ist dabei, dass diese Bearbeitung nicht sinnentstellend erfolgt, dass Aussagen nicht durch Kürzungen in einem anderen Zusammenhang erscheinen, dass nachträglich nichts hinzugefügt wird, was nicht Gegenstand des Interviews war. Aber selbst wenn diese Bearbeitung redaktionell nach bestem Wissen und Gewissen geschieht: Sie bedarf in aller Regel der Einwilligung des Interviewpartners.

RECHTLICHE SITUATION

Denn dem Interviewpartner wird nach geltendem Recht eine starke Stellung beigemessen. Betroffene Rechtsgebiete sind vor allem Persönlichkeitsrecht und Urheberrecht.

Das Persönlichkeitsrecht schützt die informationelle Selbstbestimmung. Demnach kann jede/r Einzelne selbst entscheiden, ob und was in Wort oder Bild über sie/ihn veröffentlicht wird. Dieses Recht wiegt generell umso schwerer, je weiter sich die Informationen von der öffentlichen Sphäre in Richtung Privat- oder gar Intimsphäre entfernen. Die Veröffentlichung von Informationen über Einzelne bedürfen grundsätzlich der Einwilligung des/der Betroffenen. Ausnahmen gelten für öffentliche Auftritte, für schwere Straftaten, für Personen des öffentlichen Lebens oder

auf der Basis eines berechtigten öffentlichen Interesses, das dann vorliegt, wenn die zu veröffentlichende Information wichtig ist für die demokratische Willensbildung in der Gesellschaft. Dies alles gilt ohnehin nur für zutreffende Informationen. Unrichtige Behauptungen sind grundsätzlich nicht von der Pressefreiheit gedeckt und können entsprechend sanktioniert werden – z. B. als Verleumdung oder üble Nachrede.

Das Urheberrecht spricht einem Interviewpartner eine Miturheberschaft an dem gemeinsamen Werk „Interview“ zu. Der Miturheber muss folglich in ein Nutzungsrecht einwilligen. Das betrifft das Gesamtwerk oder auch nur wesentliche Teile daraus.

Journalisten haben keinen Anspruch auf ein Interview, nicht einmal gegenüber Behördenvertretern, die auch auf andere Weise (z. B. Pressemitteilung) den journalistischen Informationsanspruch erfüllen können. Selbst auf der Basis eines vermeintlichen Gleichbehandlungsanspruchs kann ein Journalist kein Interview einfordern. Willigen Behördenvertreter aber in ein Interview ein, bleibt ihr Autorisierungsvorbehalt eingeschränkt, da Artikel 5 des Grundgesetzes ausdrücklich staatliche Zensur verbietet. Zwar hat der „amtliche Gesprächspartner“ ebenfalls ein Persönlichkeitsrecht und kann daher auf Autorisierung drängen; dem Journalisten ist es aber eher möglich, nicht autorisierte Interviewpassagen journalistisch zu verwenden, sofern daran ein öffentliches Interesse besteht.

Ein Interview ist von der Einwilligung der Gesprächspartner abhängig. Eine Einwilligung



kann dann vorausgesetzt werden, wenn der Interviewpartner weiß, dass er es mit einem Journalisten/einer Journalistin zu tun hat, der/die die gewonnenen Informationen in einer bestimmten Publikation veröffentlichen will. Wenn dem Betroffenen zudem bekannt ist, dass er nicht zum Interview verpflichtet ist und auf dieser Basis das Gespräch führt, ist von einem „konkludenten Verhalten“ auszugehen – von einer grundsätzlichen Einwilligung nicht nur ins Gespräch, sondern auch in dessen spätere Veröffentlichung. Einer gesonderten Autorisierung bedarf es dann nicht, wenn diese Veröffentlichung unverändert erfolgt, was zum Beispiel bei live gesendeten Interviews der Fall ist.

In der Praxis aber werden Interviews redaktionell bearbeitet – sei es, um sie zu kürzen oder um sprachliche Unebenheiten zu glätten. Und sofern dabei nicht nur die „Hmms“ und „Ähs“ im Sprachfluss herausgestrichen werden, gerät die redigierende Redaktion schnell in die „erhebliche Veränderung“ hinein, die wiederum eine Autorisierung erforderlich machen kann.

Denn Interviewer und Interviewte schließen letztlich, ob formal festgehalten oder nicht,

einen Vertrag miteinander. Dabei herrscht Vertragsfreiheit. Willigt der Interviewpartner in ein Interview ein und verzichtet ausdrücklich auf jede nachfolgende Autorisierung, ist die Redaktion aus dem Schneider (wenn sie das Gesagte fair und nicht sinnentstellend wiedergibt). Ansonsten folgt einem Interview die Autorisierung und damit manchmal eine Auseinandersetzung zwischen Journalist/Redaktion und Gesprächspartner.

KONFLIKTFÄLLE

- 2003 führt die taz ein Interview mit dem damaligen SPD-Geschäftsführer Olaf Scholz. Dieses Interview wird durch Scholz/die SPD-Pressestelle so verändert, dass die taz es am 28. November 2003 mit geschwärtzen Antworten als Aufmacher druckt. Zugleich ruft die Redaktion zu einem Aktionstag gegen die Autorisierungspraxis auf. Neun Tageszeitungen schließen sich spontan an (Financial Times Deutschland, Die Welt, FAZ, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, Kölner Stadt-Anzeiger, Berliner Zeitung und Tagesspiegel).
- Nationaltorhüter Oliver Kahn zieht 2006 ein Interview mit der „Zeit“ zurück. Autor Henning Sußebach publiziert daraufhin den Beitrag „Die Angst des Torwartes“ und schreibt: „Vielleicht erzählt die Geschichte eines zurückgezogenen Gesprächs mehr, als ein zurecht geschliffenes transportieren kann. Zum Beispiel, dass man in einem Archiv der nicht gedruckten Interviews mehr Wahrheit fände als in jenem der gedruckten.“
- Die Pressestelle des FC Bayern streicht 2008 aus einem Interview der „Süddeutschen“

mit Franck Ribéry dessen Forderung nach Spielerkäufen „von hoher Qualität“. Das so „korrigierte“ Interview wird – erweitert um einen redaktionellen Hinweis – publiziert.

Und drei Fälle aus jüngster Zeit, alle aus der Welt des Fußballs:

- Anfang Juli 2010 interviewt die „Zeit“ während der Fußball-WM in Südafrika den deutschen Teammanager Oliver Bierhoff. Statt einer Autorisierung folgt der Rückzieher des DFB-Pressesprechers: Man müsste so viel ändern – dafür habe man keine Zeit, teilt er der „Zeit“ mit. Die Wochenzeitung verzichtet auf Bierhoffs Antworten und lässt stattdessen die Fragen für sich sprechen.
- Die „Welt am Sonntag“ verzichtet Mitte September 2010 auf den Abdruck eines Interviews mit Bayern-Spieler Franck Ribéry. Chefredakteur Jan-Eric Peters: „Leider wollte der Verein nicht nur wie vereinbart die Antworten des Spielers autorisieren, er bestand auch darauf, eine Frage unserer Reporterin zu streichen, die Ribéry – im Übrigen ganz unverkrampft – beantwortet hatte.“
- Die FAZ publiziert ebenfalls Mitte September 2010 Details über ein gescheitertes Interview mit Sascha Mölders vom Zweitligaklub FSV Frankfurt. Unter anderem geht es darin um einen nicht vollzogenen Wechsel des Spielers in die Niederlande. Der Verein streicht im Nachhinein vier von sieben Antworten zu diesem Themenkomplex. FAZ: „Die Eingriffe verändern den Charakter des Gesprächs entscheidend. Der Artikel erscheint nicht.“

POSITIONEN VON BERUFSORGANISATIONEN

DEUTSCHER PRESSERAT

Mit seiner am 1. Januar 2007 in Kraft getretenen Reform des Pressekodex hat der Deutsche Presserat erstmals klargestellt, dass eine Autorisierung aus presseethischer Sicht nicht zwingend notwendig ist.

Die Ziffer 2 – Sorgfalt („Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen. Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.“) wird in der Richtlinie 2.4 zum Thema „Interview“ konkretisiert. Dort heißt es nunmehr:

„Ein Wortlautinterview ist auf jeden Fall journalistisch korrekt, wenn es das Gesagte richtig wiedergibt. Wird ein Interview ganz oder in wesentlichen Teilen im Wortlaut zitiert, so muss die Quelle angegeben werden. Wird der wesentliche Inhalt der geäußerten Gedanken mit eigenen Worten wiedergegeben, entspricht eine Quellenangabe journalistischem Anstand.“

DEUTSCHER JOURNALISTEN- VERBAND (DJV)

PRESSEERKLÄRUNG VOM 31. AUGUST 2009:

DJV mahnt fairen Umgang an

Der Deutsche Journalisten-Verband hat einen fairen Umgang mit der Autorisierung von Interviews und Zitaten angemahnt. Aus Sicht des DJV muss sich die Autorisierung darauf beschränken, sachliche Darstellungsfehler vor der Veröffentlichung zu korrigieren. „Das nachträgliche Glätten von Interviews schadet dem kritischen Journalismus“, erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. „Interviewpartner aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft dürfen das Instrument der Autorisierung nicht missbrauchen, um aus Interviews nachträglich Werbebotschaften in eigener Sache zu machen.“

Mitglieder des Deutschen Journalisten-Verbandes klagen vermehrt darüber, dass vor allem Unternehmen immer häufiger versuchen, durch Änderungen an Interviews und Zitaten positive Berichterstattung durchzusetzen. In einigen Fällen wird die Autorisierung von der Vorlage des kompletten Artikelmanuskripts abhängig gemacht. Weigert sich der Journalist, erfolgt keine Freigabe. „Solche Praktiken sind mit der Freiheit der Berichterstattung nicht vereinbar“, kritisierte der DJV-Vorsitzende. Häufig sind Manager und Politiker auch nur noch zu schriftlichen Interviews bereit. Das nimmt den Interviewern die Möglichkeit, einzuhaken und nachzufragen. Konken: „Das ist eine Abfrage,

aber kein Interview und sollte deshalb auch nicht als solches verkauft werden.“

Der DJV-Vorsitzende riet den Journalistinnen und Journalisten dazu, vor Beginn eines Interviews die Spielregeln zu vereinbaren. Wenn gewünschte Änderungen das ursprüngliche Interview verfälschten, bestehe nur noch die Möglichkeit, auf den Abdruck zu verzichten.

BUNDESVERBAND DEUTSCHER PRESSESPRECHER

Mit sechs Thesen hat sich der Pressesprecherverband 2003 für die Autorisierungspraxis eingesetzt:

1. An der Autorisierung darf nicht gerüttelt werden – im Interesse von Pressesprechern und Journalisten. Die von führenden Tageszeitungen angestoßene Autorisierungsdebatte über die Freigabe von Interviews ist überflüssig. Die in Deutschland bei Interviews geltende Grundregel der Autorisierung des Interviews durch den Interviewten hat sich bewährt und bedarf keiner Änderung. Im Gegenteil: Tempo und Trends der Mediengesellschaft legen eher eine Verschärfung denn eine Lockerung dieses Gebots nahe.
2. Das Interview lebt von der persönlichen Note des Interviewten – nicht des Interviewers. Das klassische Interview in Printmedien ist eine spezifische journalistische Form, die ein Gespräch wiedergibt. Im Unterschied zu Reportage und Meldung liegt der Wert eines gedruckten Interviews wesentlich in der Wiedergabe ei-

nes Gesprächsverlaufs. Dazu gehört eine spezielle Themenführung und von beiden Seiten durchaus gewünschte persönliche Akzentsetzung. Diese gewünschte Personalisierung und Akzentuierung setzt allerdings voraus, dass der Interviewte tatsächlich das letzte Wort über seine eigenen Aussagen hat.

3. Autorisierung verhindert Verzerrungen und unzulässige Verkürzungen. In der Regel handelt es sich bei dem Text eines Interviews um eine gekürzte Zusammenfassung eines Gesprächsmitschnitts, der wesentlich länger ist als das, was am Ende gedruckt erscheint. Die Redaktion eines solchen Gesprächs ist eine genuin journalistische Leistung, die selbstverständlich Respekt verlangt. Aber es ist – anders als bei anderen journalistischen Textsorten – eine Leistung, die nicht mit eigenen Worten, sondern mit denen eines Dritten erbracht wird. Das macht die Angelegenheit prekär, und genau deswegen ist das bisher geübte Verfahren auch sinnvoll: Der Journalist erstellt aus der Bandfassung oder seinen Aufzeichnungen einen Text unter seinen journalistischen Gesichtspunkten, der Interviewte gibt diesen Text nach Maßgabe seiner sprachlichen Eigenschaften und inhaltlichen Positionen frei.
4. Autorisierung sorgt für „Waffengleichheit“. In der überwiegenden Zahl führt das beidseitige Interesse zu vernünftigen Ergebnissen, aber selbstverständlich kann es bei der Freigabe von Interviews auch zu Konflikten kommen. Diese können prinzipiell ihre Ursachen auf beiden

Seiten des Tisches haben, entweder in einer ungenügenden Wiedergabe des Gesagten oder in einer zu großen Differenz zwischen dem real gesprochenen und dem autorisierten Wort. In solchen Fällen allerdings gilt das im Autorisierungsverfahren liegende Gleichgewicht der Kräfte: Der Interviewte muss den Text freigeben; sollte dies dem Medium nicht zusagen, ist es frei, das Interview eben nicht zu drucken. Das ist misslich und für beide Seiten vertane Arbeitszeit, sorgt aber für Waffengleichheit.

5. Eine schnellere und nach höherer Präzision verlangende Medienlandschaft braucht Autorisierung. Diese faire und bewährte Kräfteverteilung zwischen Politik und Medien darf auf keinen Fall ausgehebelt werden. Erst recht nicht in Zeiten zunehmender Dynamik der Mediengesellschaft. Die wachsende Gier nach der schnellen, agentur-freundlichen Verkürzung macht es dringender denn je nötig, dass der Interviewte Herr seiner Worte bleibt. Dies gilt erst recht in Zeiten, in denen Interviews zu Rechtsmitteln in Prozessen werden können, die im Zweifel zu substanziellem Schaden führen und nicht „nur“ politisches Kapital kosten. Gehen beide Seiten respektvoll miteinander um, sind die Interessen aller Beteiligten gewahrt; und in der Regel funktioniert dieser Mechanismus ja auch gut.
6. Fernsehen und Radio sind flüchtig – Print-Interviews nicht. Die gern herangezogene Analogie zu Interviews in Rundfunk und Fernsehen, die ja in der Regel nicht autorisiert werden können, zieht



nicht. Für den Alltagskonsumenten ist das elektronisch gesendete Wort flüchtig, das gedruckte liegt nachhaltig auf dem Tisch. Zudem vermittelt sich die persönliche Note durch Stimme und/oder körperliches Erscheinen des Interviewten ganz anders als ein Print-Interview, das eben viel mehr journalistisches Produkt ist als ein wie auch immer geschnittenes Radio- oder TV-Interview. Jeder Vergleich einer Mitschrift von Talk-Shows und TV-/Radio-Gesprächen mit gedruckten Interviews macht diesen Unterschied frappant deutlich. Die Metapher vom „druckreifen Sprechen“ wurde ja nicht umsonst erfunden und wird auch vom besten Profi vor der Kamera nur ganz selten erreicht. Sie wäre wahrscheinlich auch der Lebendigkeit des Gesprächs sehr abträglich. Das Print-Interview bildet daher auch viel häufiger den Ausgangspunkt für weitere journalistische Arbeiten wie Kommentare oder dient zur Vorbereitung künftiger Interviews.

EINZELNE STIMMEN

„Die Autorisierung von Interviews ist auf Printmedien beschränkt und ein rein deutsches Phänomen. Eingeführt hat sie übrigens ausgerechnet der Spiegel – und zwar als vertrauensbildende Maßnahme, um den Politikern die Angst vor der Einwilligung zu einem Gespräch mit dem Magazin zu nehmen. Dass daraus ein Instrument wurde, um Interviews glatt- und schönzubügeln, hat wohl damals niemand geahnt.

„Playboy“-Textchef und Fachbuchautor Christian Thiele in „impresso“ 2/2010

„Wer mit der Autorisierungspraxis nicht einverstanden ist, der kriegt keine Interviews – weil genügend Medien dazu bereit sind, dass ihre Interviews autorisiert werden.“

Der stellvertretende Regierungssprecher Thomas Steg 2008 im Verein der Auslands- presse, zit. n. FAZ

„Was im Interview gesagt wird, ist öffentlich – es darf keinen Unterschied machen, ob ein Befragter live im Fernsehen oder vor dem Diktiergerät eines Print-Journalisten spricht.“

Aus dem „Stilbuch“ der Financial Times Deutschland (2000)

„Der eine ist, wenn Sie so wollen, der „Täter“, der andere das „Opfer“. Aufgabe des Täters ist, seinem Gegenüber möglichst

wahre, auch überraschende, verräterische Auskünfte über sich zu entlocken. Anliegen des Opfers wird es zumeist sein, nur solche Geständnisse herzugeben, die es selbst an die Öffentlichkeit tragen möchte.“

Georg Stefan Troller über „Die Kunst des Interviews“ in „Lettre International“ Nr. 82/2008

„Keine journalistische Form ist in den letzten Jahren so verludert wie das Interview. Es suggeriert Authentizität, dabei geht es um Betrug. Betrug am Anspruch einer freien Presse, Betrug am journalistischen Selbstverständnis, Betrug am Leser.“

Die damalige Chefredakteurin Bascha Mika 2003 in der taz

„Durch Flüchtigkeit könnte es zu einer Persönlichkeitsverletzung des Gesprächspartners kommen, weil man seine Aussagen nicht korrekt wiedergegeben hat. Eine Autorisierung schützt die Redaktion also auch vor Fehlern.“

Dorothee Bölke in
„Presserecht für Journalisten“

„Das Gegenlesen liegt nicht nur im Interesse des Interviewten, es kann durchaus auch dem Journalisten dienlich sein. Das Korrekturrecht der Interviewten ist aber nicht unbegrenzt. Erstens kann es keine Korrekturen an den Fragen geben. Zweitens dürfen nachweislich gemachte Aussagen nicht einfach ins Gegenteil verkehrt werden. Und drittens

muss das Interview als Ganzes auch in etwa die Gesprächsatmosphäre wiedergeben.“

Markus Rohr, Mitglied der Chefredaktion „Blick“, auf persoenlich.com, dem Internetportal der Schweizer Kommunikationswirtschaft

„Wer im Autorisierungsgefecht zu schnell schlappmacht, vorenthält dem Leser gutes Zeug (denn es werden ja meistens die provokanten, originellen, gewagten Aussagen einkassiert) und macht dem nächsten Interviewer die Arbeit noch schwerer, als sie eh schon ist.“

„Playboy“-Textchef und Fachbuchautor Christian Thiele in: Interviews führen – der Blog

ZUM NACHLESEN

Bölke, Dorothee: Presserecht für Journalisten: Freiheit und Grenzen der Wort- und Bildberichterstattung. München: dtv, 2005

Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag, 2006

Branahl, Udo: Die Autorisierung journalistischer Beiträge. In: Lothar Hausmann u. a. (Hg.): „Wir müssen mehr experimentieren.“ Journalistenausbildung zwischen Wissenschaft und Praxis. Dortmund: QuaMedia, 2008

Friedrich, Jürgen/Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview, Wiesbaden: VS Verlag, 2005

Haller, Michael: Das Interview, Konstanz: UVK, 2001

Löffler, Martin: Presserecht. Kommentar zu den Landespressegesetzen mit systematischen Darstellungen. München: Beck, 2006

Löffler, Martin/Reinhart Ricker: Handbuch des Presserechts. München: Beck, 2005

Müller-Dofel, Mario: Interviews führen. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ, 2009

Thiele, Christian: Interviews führen. Konstanz: UVK, 2009

Wenn Sie Mitglied im Deutschen Journalisten-Verband – Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten –, der mit rund 35.000 Mitgliedern größten Journalistengewerkschaft in der Bundesrepublik, werden wollen, wenden Sie sich bitte an den für Sie zuständigen Landesverband:

DJV-Landesverband Baden-Württemberg

Herdweg 63, 70174 Stuttgart
Tel.: 0711/2224954-0, Fax: 0711/2224954-44
(info@djbw.de, www.djbw.de)

Bayerischer Journalisten-Verband

St.-Martin-Str. 64, 81541 München
Tel.: 089/54504180, Fax: 089/545041818
(info@bjv.de, www.bjv.de)

**DJV Berlin - Journalistenverband Berlin-
Brandenburg (JVBB)**

Alte Jakobstr. 79/80, 10179 Berlin
Tel.: 030/8891300, Fax: 030/88913022
(info@djb-berlin.de, www.djb-berlin.de)

DJV-Landesverband Bremen

Sögstraße 72, 28195 Bremen
Tel.: 0421/325450, Fax: 0421/3378120
(info@djb-bremen.de, www.djb-bremen.de)

DJV-Landesverband Hamburg

Rödingsmarkt 52, 20459 Hamburg
Tel.: 040/369710-0, Fax: 040/36971022
(info@djb-hamburg.de, www.djb-hamburg.de)

**DJV-Landesverband Hessen Rheinbahnstraße
3, 65185 Wiesbaden**

Tel.: 0611/3419124, Fax: 0611/3419130
(info@djbhessen.de, www.djbhessen.de)

DJV-Landesverband

Mecklenburg-Vorpommern

Schusterstraße 3, 19055 Schwerin
Tel.: 0385/565632, Fax: 0385/5508389
(info@djb-mv.de, www.djb-mv.de)

info@djb-hessen.de / www.djb-hessen.de

DJV-Landesverband Niedersachsen

Schiffgraben 15, 30159 Hannover
Tel.: 0511/3180808, Fax: 0511/3180844
(kontakt@djb-niedersachsen.de,
www.djb-niedersachsen.de)

DJV-Landesverband NRW

Humboldtstraße 9, 40237 Düsseldorf
Tel.: 0211/233990, Fax: 0211/2339911
(zentrale@djb-nrw.de, www.djb-nrw.de)

DJV-Landesverband Rheinland-Pfalz

Adam-Karrillon-Straße 23, 55118 Mainz
Tel.: 06131/977575, Fax: 06131/977597
(info@djb-rlp.de, www.djb-rlp.de)

Saarländischer Journalistenverband

Gerberstr. 16, 66111 Saarbrücken
Tel.: 0681/3908668, Fax: 0681/3908656
(info@djb-saar.de, www.djb-saar.de)

DJV-Landesverband Sachsen

Hospitalstraße 4, 01097 Dresden
Tel.: 0351/2527464, Fax: 0351/2523093
(info@djb-sachsen.de, www.djb-sachsen.de)

DJV-Landesverband Sachsen-Anhalt

Merseburger Straße 106, 06110 Halle
Tel.: 0345/212190, Fax: 0345/2121913
(djvsanhalt@aol.com,
www.djb-sachsen-anhalt.de)

DJV-Landesverband Schleswig-Holstein

Andreas-Gayk-Straße 7–11, 24103 Kiel
Tel.: 0431/95886, Fax: 0431/978361
(kontakt@djb-sh.de, www.djb-sh.de)

DJV-Landesverband Thüringen

Anger 44, 99084 Erfurt
Tel.: 0361/5660529, Fax: 0361/5626939
(djvthuer@t-online.de, www.djb-thueringen.de)



Versicherungsservice für DJV-Mitglieder

Infos online:
<http://vs.djv.de>



Mindeststandards und Risikoanalysen – der Weg zum ganzheitlichen Versicherungsschutz!

Aktuelles Top-Thema: **Berufsunfähigkeit**

Achtung Datensammler! Die privaten Anbieter prüfen bei Vertragsabschluss den Gesundheitszustand! Auch noch so unwichtig erscheinende Vorerkrankungen sind anzeigepflichtig. Ihre Angaben werden dabei in der zentralen Wagnisdatei der Lebensversicherer gespeichert. Lehnt Sie nun eine Gesellschaft wegen Vorerkrankungen ab, so erfahren dadurch alle anderen Versicherer davon, wenn Sie weitere Anträge stellen. Die Gefahr besteht, dass Sie am Ende ohne Vertrag dastehen - ganz nach dem Motto "einmal abgelehnt - immer abgelehnt".

Unsere Lösung: Stellen Sie zunächst Risikovorfragen!

Ansprechpartner für DJV-Mitglieder: Helge Kühl

Telefon: +49 4346 / 29 60 200

E-Mail: hkuehl@djv.de

Abonnieren Sie unsere RSS-Feeds im Internet!

DJV-Verlags- und Service GmbH

Versicherungsmakler Helge Kühl

Aschauer Weg 4, 24214 Neudorf

