

**SCHWEIZER PRESSERAT  
CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE  
CONSIGLIO SVIZZERO DELLA STAMPA**

Sekretariat/Secrétariat:  
Martin Künzi, Dr. iur., Fürsprecher  
Postfach/Case 201  
3800 Interlaken  
Telefon/Téléphone: 033 823 12 62 / Fax: 033 823 11 18  
E-Mail: [info@presserat.ch](mailto:info@presserat.ch) / Website: <http://www.presserat.ch>

## **Anonyme Online-Kommentare**

### **Stellungnahme des Schweizer Presserates 52/2011 vom 23. November 2011**

#### **I. Sachverhalt**

**A.** Fast sämtliche Medien bieten ihrem Publikum heutzutage die Möglichkeit an, sich mit Online-Kommentaren zu redaktionellen Beiträgen, in Online-Diskussionsforen und Blogs zu äussern. Die auf den Online-Portalen der Medienunternehmen veröffentlichten Feedbacks werden zudem häufig auszugsweise auch in der Printausgabe publiziert. Darüber hinaus beherbergen manche Medienunternehmen externe Blogs, die keinen Bezug zum redaktionellen Teil aufweisen. Manche Zuschriften sind mit dem richtigen Namen, andere mit einem Pseudonym oder überhaupt nicht gezeichnet. Insgesamt handelt es sich um einen neuen Typus von Interaktion zwischen Redaktion und Publikum, der sich durch Unmittelbarkeit und (häufig) durch Anonymität auszeichnet.

**B.** Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass die Veröffentlichung von anonymen Zuschriften Gefahren birgt. Schreiben mit verdecktem Visier fördert tendenziell Missbräuche und Grenzüberschreitungen in Form von Ehrverletzungen und/oder rassistischen Äusserungen. Selbst wenn die Redaktionen missbräuchliche Kommentare – meistens erst nachträglich – löschen, ist trotzdem zu fragen, wer für die Veröffentlichung der Nutzer-Beiträge verantwortlich ist. Gelten für die Online-Kommentare und Blogs die gleichen Regeln wie für Leserbriefe in den herkömmlichen Printmedien oder braucht es neue Regeln?

**C.** Der Presserat hat sich in mehreren Stellungnahmen mit anonymen Leserzuschriften befasst, dies allerdings im Zusammenhang mit traditionellen Leserbriefen (Stellungnahmen 53 und 55/2007). Im September 2010 setzte er sich mit einer Beschwerde gegen das «Oltner Tagblatt» auseinander. Der Beschwerdeführer warf der Zeitung vor, zwei anonyme SMS veröffentlicht zu haben, die ihn als Autor eines am Vortag veröffentlichten Feedbacks beschimpften. Der Presserat nahm die Beschwerde zum Anlass, seine Praxis zum Abdruck anonymer Leserzuschriften zu überprüfen (Stellungnahme 64/2010). Zudem beantragte die 1. Kammer dem Plenum, sich gestützt auf Artikel 6 Absatz 2 seines Geschäftsreglements von sich aus mit dem Problem der Veröffentlichung anonymer Online-Kommentare zu befassen. Das Plenum beauftragte an seiner Sitzung vom 11. Mai 2011 die 2. Kammer, eine entsprechende Stellungnahme auszuarbeiten.

**D.** Die 2. Kammer des Presserats, bestehend aus Nadia Braendle, Anne Seydoux, Michel Bühler, Dominique von Burg (Kammerpräsident), Pascal Fleury, Charles Ridoré und Michel Zendali, beschloss an ihrer Sitzung vom 20. Mai 2011, sich zunächst ein Bild über die Praxis in den Redaktionen zu machen. Sie stellte deshalb fünf Medienunternehmen, die auf ihren Online-Portalen Publikums-Kommentare veröffentlichen – «Le Matin», «Tribune de Genève», «Le Temps», «20 Minutes» sowie Radio Télévision Suisse (RTS) – einen Fragebogen zu. Die Fragen bezogen sich auf die Veröffentlichung von anonymen Online-Kommentaren, aber auch auf von den Portalen der Medienunternehmen beherbergte Blogs sowie auf die Kontrolle der Inhalte.

**E.** Mit Ausnahme von «Le Temps» lassen alle befragten Redaktionen anonyme Online-Kommentare und Blog-Beiträge zu. Einige Redaktionen verlangen allerdings, dass sich die Diskussionsteilnehmer vorgängig anmelden. Teils genügt dafür eine E-Mail-Adresse (RTS), teils werden zusätzlich auch Name und Vorname verlangt. Für die Zeitung «Le Temps», die anonyme Kommentare prinzipiell ablehnt, ist dies Ausfluss der publizistischen Grundhaltung. «Wir lassen eine Anonymisierung nur zu, wenn sie dazu dient, die Quellen zu schützen.» Einige Redaktionen («Le Temps», RTS) überprüfen in Zweifelsfällen die Adressen der Autoren von Kommentaren. «20 Minutes» bewahrt die elektronischen Spuren während mehreren Wochen auf, um im Bedarfsfall das Gerät ausfindig zu machen, von dem ein Kommentar stammt.

Die «Tribune de Genève» versichert, bei den von ihr beherbergten Blogs alles daran zu setzen, die wahre Identität der Blogger zu kennen. «Anonyme Blogs sind aber nicht generell ausgeschlossen.» «Le Matin» verteidigt die Zulassung von anonymen Beiträgen mit dem Argument, in gewissen Fällen sei die Anonymität notwendig, um die Meinungsäusserungsfreiheit zu gewährleisten. Die Redaktion müsse aber «die Identität des Bloggers kennen und sich vorbehalten, diese im Bedarfsfall offenzulegen». Diese Vorsichtsmassnahme sei Ausdruck von Professionalität. Blogger seien darauf in den allgemeinen Nutzungsbestimmungen hinzuweisen, die diesbezüglich klar und verständlich zu formulieren seien.

**F.** Der Ombudsmann der Edipresse-Gruppe, Daniel Cornu, äussert sich in einem Blog-Beitrag ([marges.blog.tdg.ch](http://marges.blog.tdg.ch)) ausführlich zu anonymen Online-Kommentaren und anonymen Beiträgen in Blogs. Nach seiner Auffassung sollten die für Leserbriefe geltenden Regeln auch für Online-Kommentare gelten. Beiträge sollten gezeichnet oder die Identität der Autoren zumindest geprüft werden. «Umso mehr ist dies zu fordern, wenn Leser-Kommentare im redaktionellen Teil der Printausgabe erscheinen.» Im von ihm als Ombudsmann geführten Blog lässt er nur gezeichnete Beiträge zu. Der Unterschied zwischen Anonymität und Pseudonym ist für ihn in diesem Zusammenhang nicht wesentlich, bilde doch das Pseudonym bloss «die mehr oder weniger elegante Maske der Anonymität».

**G.** Im Ausland anerkennt der auf der Website der «New York Times» veröffentlichte Beitrag (News Sites Rethink Anonymous Online Comments; <http://www.nytimes.com/2010/04/12/technology/12comments.html>), dass manche Internauten ihre Identität fälschen. «Eine Überprüfung wäre zeitlich und personell zu aufwändig und ist deshalb nicht realistisch.» Immerhin verlangten die Medien aber mehrheitlich die Angabe

eines Namens und einer gültigen E-Mail-Adresse. Dies genüge, um aggressive Kommentare grösstenteils zu verbannen.

Die «Badischezeitung.de» verlangt seit einiger Zeit, dass sämtliche Kommentare und Blog-Beiträge mit dem richtigen Vornamen und Namen des Nutzers gezeichnet werden. Nach einem vorübergehenden Rückgang der Kommentare hat ihre Zahl nach und nach wieder das frühere Volumen erreicht, allerdings mit einem deutlich verbesserten Niveau (vgl. Markus Hofmann, Journalistische Glaubwürdigkeit durch Klarnamen bei der Kommentarfunktion, Jahrbuch des Deutschen Presserats 2010, S. 11ff.).

**H.** Ist eine inhaltliche Kontrolle von Online-Kommentaren realistisch und wünschbar? Alle vom Presserat befragten Medien erachten dies als notwendig. Allerdings wenden nachträglich kontrollierende Redaktionen ein, dass eine systematische und vorgängige Kontrolle sämtlicher Nutzer-Kommentare aus wirtschaftlichen Gründen kaum machbar wäre, da dafür das Personal wesentlich aufgestockt werden müsste. Aus Sicht der «Tribune de Genève» wäre dies «unverhältnismässig». Und die RTS macht geltend, eine Moderation vor der Veröffentlichung sei kaum zu leisten in einer Zeit, in der das Publikum Instant-Information erwarte. Mit Ausnahme von «20 Minutes», das die Kommentare vor der Publikation überprüft, praktizieren die vom Presserat befragten Redaktionen eine nachträgliche Kontrolle. Illegale oder sonstwie problematische Kommentare werden gelöscht, sei es nach der internen Kontrolle durch das Medienunternehmen, sei es gestützt auf Hinweise von Nutzern oder bei manchen Portalen durch eine mit der Moderation beauftragte externe Firma.

**I.** Beiträge in Foren und Blogs von Online-Portalen der Medien werden entweder nachträglich moderiert («Le Matin», «La Tribune de Genève», RTS) oder vor der Publikation überprüft. «20 Minutes» veröffentlicht nur Interventionen, die vorgängig durch einen Journalisten gelesen und freigegeben werden. Ebenso bietet «Le Temps» ausschliesslich Foren an, bei denen sämtliche Beiträge vor der Veröffentlichung durch die Redaktion geprüft und freigegeben werden. Diese beiden Redaktionen beherbergen keine Blogs. RTS und «Le Matin» schalten die Kommentare zu Blogs direkt online. Bei der «Tribune de Genève» war dies bis 2010 auch so. Seither obliegt es dem Blogbetreiber, die Kommentare vor der Veröffentlichung zu validieren. Sämtliche befragten Redaktionen versichern, minutiös darauf zu achten, dass sich keine ehrverletzenden oder rassistischen Kommentare auf ihren Portalen befinden. Die «Tribune de Genève» und «Le Matin» (Edipresse-Gruppe) haben die Moderation einer externen Firma übertragen, die auf der Grundlage einer von der Redaktion festgelegten Moderations-Charta operiert. Auch die Nutzer können auf Missbräuche hinweisen.

**J.** Wer ist verantwortlich? «Le Temps» äussert sich dazu unmissverständlich: «Die Redaktion trägt die Verantwortung für sämtliche von ihr veröffentlichten Inhalte einschliesslich der Meinungen Dritter». Die RTS vertritt die gleiche Position. «Le Matin.ch», «Tribune de Genève» et «20 Minutes» bejahen ihre Verantwortung bei anonymen Kommentaren. Bei gezeichneten Beiträgen haftet nach ihrer Auffassung hingegen in erster Linie der Autor. Ebenso trägt bei Blogs laut der «Tribune de Genève» der Blogger für die von ihm veröffentlichten Inhalte die alleinige Verantwortung. «Die «Tribune de Genève» ist ein blosser Beherberger und haftet lediglich für offensichtlich rechtswidrige Inhalte (...) Eigentlicher

Verleger ist der Blogger.» Ähnlich tönt es bei «Le Matin», der darauf hinweist, dass der «Beherberger eines Blogs die Inhalte nicht verantwortet. Andernfalls wären die Konsequenzen für die Beherberger von Blogs in der Schweiz derart gravierend, dass deren Existenz insbesondere auf Medienportalen in Frage gestellt wäre.»

**K.** Wie sieht die künftige Entwicklung aus? Geht sie in Richtung mehr Transparenz? Nach Auffassung von «Tribune de Genève» und «Le Matin» wäre damit der Erfolg der Diskussionsforen in Frage gestellt, der auf uneingeschränkter Meinungsäusserungsfreiheit beruhe, zu der in manchen Fällen auch die Anonymität zwingend gehöre. Zu viele Beschränkungen (Verzicht auf anonyme Kommentare, Kontrolle vor der Veröffentlichung) drohten den Charakter von Diskussionsforen und Blogs grundlegend zu verändern. Andere Medien sehen dies ganz anders. Sie sehen eine Trendwende in Richtung mehr Transparenz. «The trend is away from anonymity», sagt Arianna Huffington, Mitbegründerin der «The Huffington Post», zitiert von der «New York Times». Nach Auffassung von «Le Temps» werden Boulevardmedien wohl auch künftig anonyme Kommentare akzeptieren, während Qualitätstitel die Zeichnung von Kommentaren und Blog-Beiträgen mit dem richtigen Namen verlangten.

**L.** Die 2. Kammer hat sich an ihren Sitzungen vom 23. September und 3. November 2011 sowie auf dem Korrespondenzweg erneut mit dem Thema befasst. Das Plenum des Presserats verabschiedete die Stellungnahme an seiner Sitzung vom 23. November 2011.

## **II. Erwägungen**

**1.** Die nachfolgenden Erwägungen setzen sich zunächst mit der Frage der Verantwortlichkeit auseinander. Sind die Redaktionen für sämtliche Inhalte verantwortlich, die über das Online-Portal ihres Mediums zugänglich gemacht werden (Erwägung 2)? Danach geht die Stellungnahme der Frage nach, wie mit anonymen Zuschriften umzugehen ist, die dem redaktionellen Teil zuzurechnen sind (Erwägung 3). Schliesslich sucht der Presserat nach Antworten auf die Frage, wann und in welcher Weise die Redaktionen die in ihren Verantwortungsbereich fallenden Kommentare inhaltlich kontrollieren sollten (Erwägung 4).

**2. a)** Die berufsethischen Regeln, mit deren Einhaltung sich der Presserat befasst, gelten auch für den Online-Journalismus (Stellungnahme 36/2000 i.S. journalistische Ethik im Internet). Der Presserat umschreibt Journalismus dabei als «Tätigkeit von Personen, die aus unabhängiger Warte Material sammeln, auswählen und bearbeiten, es allenfalls auch präzisieren, interpretieren und kommentieren und es in verständlicher Form dem Publikum über ein öffentliches und periodisch-aktuelles Medium zur Information oder zur Unterhaltung vermitteln». Als Online-Journalismus gälten mithin jene Inhalte, die nach professionellen journalistischen Kriterien selektioniert und bearbeitet worden sind, damit sie dem Publikum öffentlich vermittelt werden können: Websites von Offline-Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Nachrichtenagenturen, Radio- und Fernsehstationen etc.), die auch online auftreten, spezielle journalistische Online-Angebote (Online-Magazine, -Zeitungen, -Agenturen). Nicht journalistisch und damit auch nicht in die Zuständigkeit des Presserats fallen demgegenüber

quasi-journalistische Informationen, die von Portalen, Suchmaschinen sowie Websites von Unternehmen und Organisationen online verbreitet werden.

**b)** Die Frage, inwieweit Access- oder Hostingprovider im Vergleich zu Content Providern nur beschränkt für die von ihnen transportierten Inhalte haften, ist rechtlich in den Einzelheiten nach wie vor umstritten. Prinzipiell ist aber unbestritten, dass die Medienunternehmen sämtliche Inhalte verantworten, die sie auf ihren Webseiten veröffentlichen. Ebenso wie in der Offlinewelt beschränkt sich die Verantwortlichkeit der Redaktion auch bei Online-Medien auf den redaktionellen Teil (einschliesslich der klaren Trennung von der Werbung).

**c)** Im Sinne einer Beschränkung der Verantwortlichkeit der Redaktion hat der Presserat bereits in der Stellungnahme 10/1998 festgehalten, dass politische Inserate die Redaktion zwar etwas angehen und es wichtig ist, dass die Chefredaktion vor dem Abdruck heikler Inserate einbezogen wird. Der Entscheid und die Verantwortung für den Abdruck solcher Inserate liegen aber letztlich beim Verlag. In der Stellungnahme 8/1993 hat der Presserat zudem darauf verzichtet, sich zur Weigerung der Tamedia zu äussern, eine umstrittene Ausgabe des Stadtmagazins «Bonus 24» dem «Tages-Anzeiger» beizulegen. Die Redaktion habe auf den Inhalt einer Zeitschrift, die ihrer Zeitung im Rahmen eines kommerziellen Vertriebs-Auftrages beigelegt wird, keinen Einfluss und diesen Inhalt auch in keiner Weise zu verantworten. Mithin gehe es mehr um verlegerische als um journalistische Ethik.

**d)** Ebenso wie bei den herkömmlichen Medien ist auch online im Einzelfall zu prüfen, inwiefern Inhalte einen genügend engen Bezug zur redaktionellen Tätigkeit haben, um daraus eine Verantwortung der Redaktion abzuleiten. Zu bejahen ist dies für den Presserat bei Online-Kommentaren und Diskussionsbeiträgen in Foren, die sich direkt auf journalistische Veröffentlichungen der Redaktion beziehen. Zu verneinen hingegen bei Inseraten, PR-Beiträgen sowie reinen Service-Seiten. Zu fordern ist bei diesen Inhalten, dass ihr kommerzieller Charakter klar gekennzeichnet ist (Ziffer 10 der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» – Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbung). Tendenziell zu verneinen ist eine Verantwortung der Redaktion zudem für die Inhalte von Blogs, die auf Webseiten von Medienunternehmen beherbergt sind, sofern weder personell noch inhaltlich ein unmittelbarer Zusammenhang zur publizistischen Tätigkeit der Redaktion besteht. Auch hier ist das Publikum allerdings mit entsprechender Kennzeichnung deutlich darauf hinzuweisen, dass die entsprechenden Inhalte nichts mit dem redaktionellen Teil zu tun haben und die Redaktion deshalb für diese Bereiche nicht verantwortlich ist.

**3. a)** Gemäss der Richtlinie 5.2 zur «Erklärung» sind Leserbriefe «vom Autor oder der Autorin zu zeichnen. Sie werden nur bei begründeten Ausnahmen anonym abgedruckt».

**b)** Gelten die Regeln für die herkömmlichen Leserbriefe auch für die Online-Kommentare zu redaktionellen Beiträgen, zu Blogs und für Diskussionsbeiträge in redaktionell moderierten Online-Foren? Für den Presserat spielt es für die Beurteilung der Frage, ob Leserkommentare anonym veröffentlicht werden dürfen, grundsätzlich keine Rolle, ob die Veröffentlichung online oder gedruckt erfolgt. Aus berufsethischer Warte ist nicht die Form der Verbreitung, sondern allein der Inhalt massgebend. Deshalb hält der Presserat am Grundsatz der Gleichbehandlung verschiedener Formen von Leserfeedbacks fest (Stellungnahme 64/2010).

**c)** In der Regel sind deshalb Online-Kommentare wie herkömmliche Leserbriefe zu zeichnen. Die Zeichnung ist gerade auch aus Sicht des Publikums wünschbar, welches Anspruch darauf hat, die Quelle einer Information zu kennen. Es gehört zudem zu den Qualitätsmerkmalen einer öffentlichen Debatte, dass deren Teilnehmer identifizierbar sind. Schliesslich fördert die Offenlegung der Identität auch den gegenseitigen Respekt der Teilnehmer einer Debatte und die inhaltliche Qualität von Leserkommentaren. Unter dem eigenen Namen schreibt man nicht Beliebiges in beliebiger Weise. Wie der Presserat feststellt, hilft das Festhalten an einer Identifizierung im Gegenteil, Missbräuche zu verhindern, die unter dem Deckmantel der Anonymität begangen werden.

**d)** In welchen Fällen sind anonyme Kommentare oder die Verwendung eines Pseudonyms ausnahmsweise zulässig? In Analogie zur Richtlinie 5.2 zur «Erklärung» ist die Veröffentlichung eines anonymen Kommentars zulässig, wenn die Anonymität dazu dient, schützenswerte Interessen (Privatsphäre, Quellenschutz) zu wahren. Es gibt dementsprechend – seltene – Fälle, in denen es legitim ist, auf die Identifizierung des Autors eines Kommentars zu verzichten. Zu fordern ist allerdings, dass zumindest die Redaktion weiss, um wen es sich handelt.

Bei der Prüfung im Einzelfall, ob der anonyme Abdruck eines Kommentars ausnahmsweise zulässig erscheint, ist zudem auch das Verhältnismässigkeitsprinzip zu beachten (Stellungnahme 64/2010).

Unter diesem Gesichtspunkt erscheint es unverhältnismässig, bei Online-Diskussionsforen zu aktuellen Berichten und Sendungen, die darauf ausgerichtet sind, möglichst rasche, unmittelbare und spontane Reaktionen zu ermöglichen, die Identifizierung in jedem Fall zu verlangen. Allerdings ist durch eine redaktionelle Vorabmoderation der Beiträge zu verhindern, dass ehrverletzende oder rassistische Kommentare ungefiltert an die Öffentlichkeit gelangen.

**4. a)** Für die inhaltliche Kontrolle von Online-Kommentaren und Diskussionsbeiträgen in Foren drängt sich wiederum die analoge Anwendung der Richtlinie 5.2 zur «Erklärung» auf. Ebenso wie bei den herkömmlichen Leserbriefen sollten die Online-Redaktionen bei Kommentaren redigierend eingreifen, wenn diese berufsethische Regeln in offensichtlicher Weise verletzen.

**b)** Die nachträgliche Kontrolle von Online-Kommentaren nach erfolgter Veröffentlichung erscheint aus berufsethischer Optik problematisch. Denn selbst wenn eine Redaktion einen missbräuchlichen Kommentar nachträglich löscht, ändert dies nichts an ihrer Verantwortung, für die – wenn auch nur vorübergehende – Verletzung der «Erklärung».

### **III. Feststellungen**

1. Medienunternehmen sind für sämtliche Inhalte verantwortlich, die sie auf ihren Online-Portalen veröffentlichen. Demgegenüber beschränkt sich die Verantwortung der Online-Redaktionen auf den redaktionellen Teil, die sich darauf beziehenden Kommentare und auf Diskussionsbeiträge in redaktionell moderierten Foren.

2. In der Regel sind Online-Kommentare zu zeichnen.

3. In Ausnahmefällen, sofern der Autor eines Kommentars mit guten Gründen eine Beeinträchtigung seines Privatlebens, seiner persönlichen Integrität oder diejenige seiner Quellen befürchtet, ist es zulässig, ein Pseudonym zu verwenden, sofern der Redaktion der richtige Name bekannt ist.

4. Unter dem Gesichtspunkt der Verhältnismässigkeit ist es unangemessen, bei Online-Diskussionsforen zu aktuellen Berichten und Sendungen, die möglichst rasche, unmittelbare und spontane Reaktionen ermöglichen sollen, auf einer Identifizierung zu bestehen. Allerdings ist durch eine redaktionelle Vorabmoderation zu verhindern, dass ehrverletzende oder rassistische Kommentare an die Öffentlichkeit gelangen.

5. Wie bei den herkömmlichen Leserbriefen sollten die Redaktionen auch bei Online-Kommentaren bei einer offensichtlichen Verletzung der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» redigierend eingreifen.

6. Die nachträgliche Kontrolle von Online-Kommentaren nach erfolgter Veröffentlichung ist mit der Berufsethik kaum vereinbar. Denn selbst wenn eine Redaktion einen missbräuchlichen Kommentar nachträglich löscht, ändert dies nichts an ihrer Verantwortung, für die – wenn auch nur vorübergehende – Verletzung der «Erklärung».

(Übersetzung des französischen Originaltexts)