

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

OLG Koblenz: Unternehmensblog ist kein journalistisch-redaktionelles Angebot nach § 56 RStV / §20 MStV

Im digitalen Zeitalter kommt kaum mehr ein Unternehmen ohne Internetauftritt aus. Auch Rechtsanwälte und Kanzleien bereichern ihre Internetpräsenz zunehmend mit Berichterstattung über aktuelle Rechtsprechung und Fälle. Das OLG Koblenz hat sich in seinem Beschluss vom 12.04.2021 (Az.: 4 W 108/21) damit beschäftigt, ob ein solcher Internetauftritt als journalistisch-redaktionelles Angebot zu werten ist. Lesen Sie mehr dazu in unserem Beitrag.

I. Der Sachverhalt

Der Antragsteller war Student. Der Antragsgegner ist Rechtsanwalt auf den Rechtsbereichen Abmahnung, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht, Arbeitsrecht, Rufschädigung und IT-Recht. Auf seiner Internetseite veröffentlichte er regelmäßig unter verschiedenen Rubriken Beiträge zum Tagesgeschehen und zu aktuellen Gesetzesänderungen. In diesem Rahmen schrieb der Antragsgegner unter der Rubrik "Blog" auch über den Antragsteller und diverse Rechtsverletzungen auf dessen YouTube-Kanal.

Zu einem Teil dieser Berichterstattung verlangte der Antragsteller vom Antragsgegner eine Gegendarstellung. Dazu trug der Antragsteller vor, dass der Bericht unwahre Aussagen enthalte und er ein berechtigtes Interesse an der Klarstellung habe. Nach Ansicht des Antragstellers stelle der Antragsgegner auf seiner Internetseite journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote im Sinne des § 56 RStV / § 20 MStV zur Verfügung.

Dies ergebe sich daraus, dass der Antragsgegner einen Bereich mit Presseveröffentlichungen führe. Zudem sei ein Internetblog ein anerkanntes Publikationsorgan. Etwaigen Werbecharakter der Artikel verschleierte der Antragsgegner gezielt durch die journalistisch gehaltene Sprache.

Das Verlangen des Antragstellers auf **Gegendarstellung** wies der Antragsgegner zurück. Er war der Ansicht sein Blog sei kein redaktionell-journalistisches Angebot im Sinne des § 56 RStV / § 20 MStV. Die Blog-Artikel, auch der Artikel den Antragsteller betreffend, würden ausschließlich den Zwecken des Kanzleimarketings und der Mandatsgewinnung dienen. Zudem sei weder ein Redaktionsplan, noch ein journalistisches Konzept vorhanden.

Das **LG Koblenz entschied** in seinem Beschluss vom 19.02.2021 (Az.: 10 O 30/21), dass im Internetauftritt des Antragsgegners **kein journalistisch-redaktionelles Angebot im Sinne des § 56 RStV** zu sehen sei. Gegen diesen Beschluss ging der Antragsteller im Wege der sofortigen Beschwerde vor.

II. Die Entscheidung

Das OLG Koblenz hat mit Beschluss vom 12.04.2021 (Az.: 4 W 108/21) die Ansicht des LG Koblenz **bestätigt** und die Beschwerde des Antragstellers **zurückgewiesen**.

Der Antragsteller habe keinen Anspruch auf Veröffentlichung der begehrten Gegendarstellung nach § 56 RStV/ § 20 Abs. 1, Abs. 3 MStV gegen den Antragsgegner, da **kein journalistisch-redaktionelles Angebot** vorliege.

Was als journalistisch-redaktionelles Angebot im Sinne des Medienstaatsvertrags anzusehen sei, sei bisher nicht abschließend geklärt. Ein solches liege nach Ansicht des OLG Koblenz dann vor, wenn die **Informationen für den Nutzer erkennbar nach ihrer gesellschaftlichen Relevanz ausgewählt werden**. Außerdem müsse der **Anbieter das Ziel verfolgen mit der Auswahl zur öffentlichen Kommunikation beizutragen**.

Damit werde **kommerzielle Kommunikation grundsätzlich nicht als redaktionell-journalistisches Angebot gewertet**. Diese richte sich eben nicht an den Kriterien der gesellschaftlichen Relevanz aus, sondern am wirtschaftlichen Interesse.

Bei der Homepage des Antragsgegners fehle es erkennbar an der erforderlichen publizistischen Zielsetzung. Vor allem auch bei der Rubrik "Blog" und dem konkret beanstandeten Artikel sei eine solche nicht erkennbar. Mit der Homepage wolle der Antragsgegner potenziellen Kunden der Kanzlei die Kompetenzen aufweisen und zur Kontaktaufnahme motivieren. Die im Blog betriebene Darstellung konkreter Fallkonstellationen, wie die des Antragstellers, liege daher nahe.

Tipp: Was Betreiber von journalistisch-redaktionellen Angeboten im Rahmen der Impressumsangaben beachten müssen, können Sie in **diesem Beitrag** erfahren.

III. Fazit

Der Beschluss des OLG Koblenz vom 12.04.2021 (Az. 4 W 108/21) klärt, dass ein anwaltlicher Blog, der klar auf **Kundengewinnung** abzielt, **nicht** als redaktionell-journalistisches Angebot gilt.

Anders ist das zu bewerten, wenn das gesellschaftliche Informationsinteresse im Mittelpunkt steht. Der Beschluss zeigt jedoch auch, dass in der Praxis oft nicht eindeutig zugeordnet werden kann, ob es sich um ein redaktionell-journalistisches Angebot handelt.

Diese Entscheidung ist vor allem relevant im Hinblick auf die **Pflichten der verantwortlichen Internetseitenbetreiber**. Für journalistische Inhalte sieht der Medienstaatsvertrag besondere Anforderungen vor, wie das vom Antragsteller begehrte Recht auf Gegendarstellung. Außerdem muss im Impressum ein inhaltlich Verantwortlicher genannt werden. Zudem sind die journalistischen Sorgfaltspflichten zu beachten. Liegt kein redaktionell-journalistisches Angebot vor, müssen diese Anforderungen nicht beachtet werden.

Sie wünschen sich professionelle, anwaltliche Hilfe zu Ihrem bestehenden Ecommerce-Auftritt bzw. wollen als Neueinsteiger von Beginn an alles richtig machen? Wir unterstützen Sie mit den **Schutzpaketen der IT-Recht Kanzlei**, effektiv Abmahnungen und Vertragsstrafen zu vermeiden.

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt