

## Compliance im Medienkonzern\*

### Die erste Intensitätsstufe

Von Professor Dr. Robert Schweizer<sup>\*\*</sup>, München

Vollständig abgeschlossen wird das Thema »Compliance im Medienkonzern« ein umfangreicheres Werk umfassen. Wie umfangreich und weitreichend die Compliance im Medienbereich betrieben werden muss, zeigt sich schon, wenn bedacht wird, dass neben Compliance für das Print-Äußerungsrecht und die Print-Äußerungsethik die Compliance im Medienkonzern unter anderem die im Folgenden aufgeführten Bereiche betrifft<sup>1</sup>, – wobei sich einzelne Bereiche teilweise überschneiden<sup>2</sup>:

1. Elektronische Medien wie Telefon, Fernsehen, Hörfunk, Internet, Intranet, CD-ROM, E-Books und nicht zuletzt elektronische Presse mit oft speziellen Rechtsfragen aus dem Bundesdatenschutzgesetz, dem Bürgerlichen Gesetzbuch, dem Marken-, dem Urheberrechts-, dem Telekommunikations-, Signatur- und dem Telemediengesetz, aus dem Strafgesetzbuch, dem Rundfunk- sowie dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag und dem Internationalen Privat- und Verfahrensrecht.

2. Sowie ganz generell – über die speziellen Rechsthemen bei den elektronischen Medien hinaus:

Urheberrechtliche Verletzungsansprüche

Schutz von Marken und Werktiteln

Wettbewerb und Werbung

Vertrieb

Allgemeines Vertragsmanagement

Anzeigenakquisition

Anzeigenveröffentlichung

Unternehmens- und Beteiligungstransaktionen einschließlich Kartellrecht

Kooperationen

Gesellschaftsrecht

Tax Compliance

Arbeitsrecht

Zuwendungen an Dritte

Auswahl und Due Diligence von Geschäftspartnern

Lieferkette

Internationales Privatrecht

Forschung und Entwicklung

Umweltschutz

Öffentlichkeitsarbeit

### I. »Compliance«: Begriff und Pflichtaufgabe

Compliance bezieht sich nicht etwa lediglich auf Korruption und andere Klassiker der Wirtschaftskrimi-

nalität. Compliance<sup>3</sup> ist »das Gesamtkonzept organisatorischer Maßnahmen zur Einhaltung der zu beachtenden gesetzlichen und anderen verpflichtenden Regeln einschließlich der Feststellung der Risiken«<sup>4</sup>.

Noch schlagkräftiger wird Compliance als »Organisation von Legalität im Unternehmen« bezeichnet<sup>5</sup>.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) bestimmt gegenwärtig in seiner Ziffer 4.1.3: »Der Vorstand hat für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien zu sorgen und wirkt auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hin (Compliance).«<sup>6</sup>

Der strapazierte<sup>7</sup> Begriff »Compliance« ist frei für Modifikationen, zumal er aus der angloamerikanischen Rechtssprache (»to comply with«, etwas entsprechen, etwas einhalten) wortgetreu übernommen worden ist. So wird eine Compliance-Pyramide<sup>8</sup> aufgezeigt mit der Einhaltung von Gesetzen und anderen verpflichtenden Regeln als erste Stufe der Compliance. »Best Practice« bildet in der Pyramide die zweite Intensitätsstufe (nicht einklagbare Selbstverpflichtung), Übernahme sozialer Verantwortung die dritte Intensitätsstufe.

Mit Compliance muss insbesondere die Leitungspflicht erfüllt werden, das Unternehmen oder die Einrichtung rechtlich und ethisch ordnungsgemäß und erfolgreich zu führen. Es müssen dazu geeignete Maßnahmen getroffen werden, wozu auch gehört, ein Überwachungssystem einzurichten. Wer die Leitungspflicht verletzt, haftet zivilrechtlich, kann sich strafbar machen oder doch nach dem Ordnungswidrigkeitengesetz mit einer Geldbuße von bis zu einer Million Euro<sup>9</sup> belangt werden.

Diese Leitungspflicht ergibt sich unmittelbar oder mittelbar aus dem Gesetz; vgl. insbesondere § 43 Abs. 1 und 2 GmbHG, § 91 Abs. 2 und § 93 Abs. 1 Satz 1 AktG, §§ 130, 30 und 9 OWiG und §§ 266, 299, 263 StGB sowie andere strafrechtliche Bestimmungen. Noch nicht völlig geklärt ist von Rechtsprechung und Literatur, ob die für Aktiengesellschaften geltenden Regelungen »eins-zu-eins« auf Gesellschaften mit beschränkter Haftung anzuwenden sind. Aber es wird jedenfalls schon heute allgemeine Meinung sein, wenn *Wecker/Galla* schreiben<sup>10</sup>:

»... Andererseits lässt sich schon aus § 43 Abs. 1 GmbHG ableiten, dass den Geschäftsführer die Verpflichtung trifft, sich um die rechtzeitige Erkennung von Krisen-Anzeichen zu bemühen. ... Dies bedeutet für die Geschäftsleiter, dass sie sich von vornherein einem erhöhten Rechtfertigungsdruck aussetzen, wenn sie sich gegen die Einrichtung entsprechender Systeme entscheiden. ... Die Rechtsprechung stellt zunehmend höhere Anforderungen an Informationsorganisation und Früherkennungs- und Überwachungssysteme. Bei Fehlen einer ordentlichen Compliance-Struktur droht im Schadensfall die Haftung der Organe. Im Umkehrschluss besteht daher eine Handlungspflicht.«

Die Pflichten gelten über den Kreis der Vorstände und Geschäftsführer hinaus. Täter der Anknüpfungstat können auch Personen in einer anderen leitenden Stellung sein<sup>11</sup>. Die Rechtsprechung erweitert nach und nach den Kreis der Verpflichteten auch insoweit, als sie weitere Haftungen »entdeckt«. Hauptbeispiel ist gegenwärtig die (umstrittene) strafrechtliche Verurteilung des Leiters einer Rechtsabteilung eines kommunalen Unternehmens mit Hilfe einer Garantenpflicht<sup>12</sup>.

Spätestens wenn sie über diese Kenntnisse verfügen, sind sich nach den Erfahrungen des Autors Führungskräfte darin einig, dass sie sich mit Compliance intensiv befassen müssen. Es werden Fragen nach der Reichweite der Verpflichtungen, aber auch nach Versicherungsmöglichkeiten gestellt. Es wird danach gefragt, ob ein Compliance-Management-System schriftlich festzulegen und wie es zu gestalten ist<sup>13</sup>.

Ausdrücklich hervorgehoben werden sollte: Die Begriffe Compliance und Compliance-Management-System dürfen nicht dahin missverstanden werden, dass die Problematik mit einem Handbuch zu den vielen einzelnen Rechtsgebieten und mit »Informations-News« über ein Urteil nach dem anderen unter dem Etikett »Neues zu Compliance Folge 156« zu lösen ist. Dieses



## Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

System wäre die falsche Sichtweise. Gefragt ist kein Lehr- oder Handbuch zum Presserecht oder zu welchem Rechtsgebiet auch immer. Zu betrachten ist nicht jedes einzelne Rechtsthema eines jeden einzelnen Rechtsbereichs, sondern die systematische Vorgehensweise zur Verhinderung oder Minimierung von Risiko sowie weiteren Compliance-Aufgaben. Die systematische Verhinderung oder Minimierung von Risiko verlangt allerdings, die Risiken aufzudecken. So interessiert für Compliance zwar nicht jede äußerungsrechtliche Entscheidung. Wohl aber muss für Compliance aufgedeckt werden, welche Risiken die in der Rechtsprechung und im Schrifttum verwendeten Definitionen in sich bergen und wie diesen Risiken zu begegnen ist. So müssen die Risiken aufgedeckt werden, welche die Definitionen der Begriffe »berechtigte Interessen«, »Tatsache«, »Meinung«, »öffentliche Interessen«, »erkennbar«, »höheres Interesse«, »Privat- und Intimsphäre«, »schwerwiegend« sowie unzähliger weiterer unbestimmter Rechtsbegriffe des Medienrechts und aller anderen Rechtsgebiete sowie im Besonderen die in Definitionen verwendeten Verhüllungsformeln in sich bergen<sup>14</sup>. Dies gilt umso mehr, als das Bundesverfassungsgericht soeben beschlossen hat, dass Art. 19 Abs. 4 GG verletzt wird, wenn unbestimmte Rechtsbegriffe nur eingeschränkt gerichtlich kontrolliert werden<sup>15</sup>.

### II. Ein Compliance-Managementsystem im Medienkonzern

Wie kann nun ein Compliance-System zur Risikoverhinderung oder -minimierung, das auch Maßnahmen zur Kontrolle sowie zur Aufklärung und Ahndung von Compliance-Verstößen umfasst<sup>16</sup>, fachlich und finanziell optimal gestaltet werden<sup>17</sup>?

*Hauschka/Spiekermann* weisen zusammen mit anderen darauf hin, dass sich schon immer die Rechtsabteilungen und die Rechtsanwälte mit der Einhaltung der Bestimmungen befassen und dass es naheliegt, dass diese Juristen eine »zentrale Funktion« wahrnehmen können<sup>18</sup>. Im Medienkonzern gewinnt insofern zusätzlich Bedeutung, dass nicht nur für die Rechtsberatung und -vertretung, sondern auch im Hinblick auf Compliance überdurchschnittlich viel Spezialwissen zu einzelnen Rechtsthemen gefragt ist, obwohl Compliance die Bestimmungen aus einer anderen Sicht als der Rechtsberatung und -vertretung zu sehen hat<sup>19</sup>. Folglich bietet sich an, die Ressourcen der bereits tätigen Juristen zu nutzen. Wie sollte es auch möglich sein, für eine Compliance-Abteilung »auf die Schnelle« die erforderlichen Experten zu finden oder heranzubilden? Bis ein Jurist über die von einem anspruchsvollen Mandanten erwarteten Rechtsberatungs- und Rechtsvertretungskennnisse im Medienbereich verfügt, dauert es – je nach Aufgabenbereich und Organisation – jedenfalls zwei bis fünf Jahre. Compliance ist nicht einfacher als Recht und verlangt ganz und gar nicht weniger Überzeugungskraft und Souveränität.

Es wird deshalb nachfolgend ein Modell für einen Medienkonzern vorgestellt, bei dem die bereits vorhandenen juristischen Ressourcen genutzt werden. Es wird in der Regel speziell darauf abgestellt, wie die verhältnismäßig schwierigen Compliance-Aufgaben im Bereich des Äußerungsrechts und der Äußerungs-Berufsethik wahrgenommen werden können. Diese Ausführungen können jedoch auch für die meisten anderen Aufgaben in allen Bereichen entsprechend herangezogen werden.

Die nachfolgenden Ausführungen zu den Einzelheiten eines Modells, das personell die rechtlichen und die Compliance-Aufgaben bündelt, zeigen, dass in dieser Form verhältnismäßig wirtschaftlich und fachlich effizient gearbeitet und Doppelarbeit weitreichend vermieden werden kann.

Damit trotz aller Organisationsdetails die Medienfreiheit und die weiteren Schutzgüter adäquat bedacht bleiben, muss vorab herausgestellt werden:

Bei allen Organisationsregelungen und Maßnahmen zur Verhinderung und Minimierung von Risiko sind die Belange der Medienfreiheit, aber auch der Persönlichkeitsrechte sowie anderer Güter zu

berücksichtigen. Ebenso sind die Belange der Mitarbeiter fürsorglich zu beachten. Es darf nicht überfordert werden. Schutzmaßnahmen sind zu treffen.

Nun also das denkbare Modell, das je nach Bedarf entsprechend angepasst werden kann und muss:

## **1. Die Einordnung des Compliance-Bereiches in die Organisation des Unternehmens oder der Einrichtung**

### **a) Vorstand und Geschäftsführung**

Im Vorstand bzw. in der Geschäftsführung ist eine Person verantwortlich für »Recht und Compliance«. Im

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

5 ▲ ▼

Schrifttum<sup>20</sup> wird ausgeführt, dass Siemens es gewesen sei, das als erstes deutsches Unternehmen (zu Beginn des Geschäftsjahres 2008) ein eigenes Vorstandsressort<sup>21</sup> für Recht und Compliance geschaffen habe.

Die Verantwortung einer Person entlastet die weiteren Mitglieder des Gremiums Vorstand beziehungsweise Geschäftsführung. Die weiteren Mitglieder müssen dann nur noch stichprobenartig beaufsichtigen<sup>22</sup>. Insbesondere auch durch Teilnahme an allen Sitzungen ist der für Compliance im obersten Führungsbereich Verantwortliche in der Lage, sämtliche Compliance-Interessen einzubringen und den Leitungswillen bestmöglich den Mitarbeitern zu vermitteln. Denkbar ist, dass der im Vorstand oder in der Geschäftsführung für Recht und Compliance Verantwortliche dem Vorstand nur assoziiert und so standesrechtlich in der Lage ist, zusammen mit seinen Kanzleimitarbeitern alle Aufgaben eines Rechtsanwalts wahrzunehmen.

### **b) Doppelspitze im Compliance-Leitungsbereich**

Zur Ergänzung ist für den Compliance-Leitungsbereich denkbar, dass der im Vorstand oder in der Geschäftsführung Verantwortliche zusammen mit einem weiteren Mitarbeiter den gesamten Rechts- und Compliance-Bereich leitet.

Dieser weitere Leiter des Compliance-Bereichs kann, wenn das Unternehmen entsprechend organisiert ist, einem Führungskreis des Unternehmens angehören; und zwar auch dann, wenn er in einer Kanzlei arbeitet, in welche die Rechts- und Compliance-Abteilung ausgegliedert ist.

### **c) Das Team**

Insgesamt ist, so ist weiter vorstellbar, ein Team von Volljuristen für alle Rechts- und juristischen Compliance-Bereiche der einzelnen Konzernunternehmen zuständig (für die Aktiengesellschaften im Konzern gelten teilweise Besonderheiten).

Dieses Team muss bei Bedarf um Mitarbeiter anderer Fachbereiche ergänzt werden. Anschaulich schildert *Behringer*<sup>23</sup> allgemein, also nicht speziell für die Medien, dass juristisches Wissen zwar unabdingbar ist, aber unter Umständen ergänzt werden muss.

Jeder dieser Volljuristen und weiteren Mitarbeiter sollte ein ausgewiesener Fachmann auf seinen Gebieten sein.

Zusammen decken – bei diesem vorstellbaren Modell – die Mitarbeiter sämtliche Compliance-Bereiche ab.

#### **d) Ausgliederung des Rechts- und Compliance-Teams vollständig oder teilweise in eine Rechtsanwaltskanzlei**

Ein in eine Rechtsanwaltskanzlei ausgegliedertes Rechts- und Compliance-Team kann – fachlich und wirtschaftlich – eine ganze Reihe von Vorteilen erzielen.

Die Volljuristen dieses Teams führen in diesem vorstellbaren Modell ausgegliedert auch die Prozesse; so zum Beispiel die Prozesse, die zu Äußerungen zu führen sind. Zweckmäßig wäre, wenn der Mitarbeiter den Prozess führte, der vor Veröffentlichung die Äußerung geprüft hat; siehe zu dieser Prüfung in den nachfolgenden Abschnitten.

#### **e) Presserat und vergleichbare Gremien**

Hilfreich wäre, wenn ein Mitglied des Compliance-Teams dem (für die Wahrung der Presseethik zuständigen) Deutschen Presserat oder – außerhalb der Presse – einem vergleichbaren Gremium angehörte; nicht nur dem Plenum, sondern vor allem auch dem Beschwerdeausschuss.

So ließe sich verhältnismäßig gut sicherstellen, dass die Berufsethik einschließlich der für das Verständnis des Pressekodex wichtigen Spruchpraxis im Hause bekannt ist und bestmöglich gewahrt wird.

Das Compliance-Team könnte bei einer Mitgliedschaft im Presserat dabei mitwirken, die Presseethik zu entwickeln.

#### **f) Mitgliedschaft in weiteren Gremien**

Mitarbeiter des Compliance-Teams sollten nach diesem vorstellbaren Modell dem Rechtsausschuss des VDZ und des BDZV, der Vereinigung der Verlagsjustiziere sowie weiteren zuständigen Gremien angehören.

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

6



#### **g) Rechtspolitische Aktivitäten**

Bereichernd wäre bei diesem vorstellbaren Modell, wenn sich das eine oder andere Mitglied dieses Teams in einem sinnvollen wirtschaftlichen Rahmen an rechtspolitischen Aktivitäten der Verbände sowie des Unternehmens oder der Einrichtung beteiligte.

#### **h) Unterrichtung**

Jeder Mitarbeiter des Teams wird in diesem vorstellbaren Modell selbstverständlich eingehend zur Erweiterung seiner bisherigen Aufgaben unterrichtet. Er ist selbstverständlich verpflichtet, sich fortzubilden.

### **2. Organisation innerhalb des Compliance-Teams**

#### **a) Aufteilung der Zuständigkeiten**

Für jedes Rechts- und Compliance-Gebiet sind in größeren Unternehmen und Einrichtungen je nach Bedarf grundsätzlich mindestens zwei Mitarbeiter, teilweise – meist für den Bereich der Äußerungen – mehr Kräfte zuständig. In kleineren Unternehmen kann selbstverständlich erheblich eingeschränkt werden.

## **b) Information**

Weitgehend – mindestens über cc – werden ein- und ausgehende E-Mails an alle eventuell interessierten bzw. betroffenen Mitarbeiter weitergeleitet. Insbesondere wird auch der im Vorstand oder in der Geschäftsführung für Compliance Verantwortliche notwendigerweise grundsätzlich von den Mitarbeitern per cc informiert und so auf dem Laufenden gehalten. Der im Vorstand Verantwortliche informiert seinerseits so weitgehend wie möglich die Mitarbeiter über für sie bedeutungsvolle Vorgänge. Wird die Compliance von zwei Mitarbeitern geleitet<sup>24</sup>, werden diese Regelungen entsprechend erweitert angewandt.

Hier – wie in recht vielen weiteren Zusammenhängen – zeigt sich, wie effektiv oder sogar notwendig es sein kann, personell die Rechts- und Compliance-Abteilung zu bündeln.

## **c) Die örtliche Zusammenarbeit, unterschiedliche Standorte**

Sämtliche Mitarbeiter sitzen in dem vorstellbaren Modell möglichst auf einem Stockwerk zusammen, teilweise kann auch noch in Räumen an anderen Standorten betreuter Unternehmen gearbeitet werden. Aber auch ein Mitarbeiter, der an einem anderen Ort einen Arbeitsplatz hat, arbeitet grundsätzlich möglichst in Kontakt mit allen seinen Kollegen entsprechend den hier beschriebenen Grundsätzen und sei es per Videokonferenz. Besondere Bedeutung kommt der cc-Information bei E-Mails<sup>25</sup> zu.

Vorteilhaft ist es, wenn, was vorkommt, ein Leiter der Compliance<sup>26</sup> sowohl an dem einen als auch an dem anderen Standort mit jeweils eigenem Arbeitsplatz abwechselnd anwesend ist. So nebenbei zeigt sich hier erneut, dass die personelle Einheit zwischen der Rechtsberatung und -vertretung einerseits sowie von Compliance andererseits Synergien schafft.

## **d) Gemeinsame Besprechungen der Mitarbeiter**

Empfehlenswert ist in dem vorstellbaren Modell darüber hinaus: Wöchentlich, zum Beispiel dreimal pro Woche, essen die Mitarbeiter gemeinsam. Bei diesem Essen wird – nur bedingt gemütlich – intensiv über alle schwierigeren oder interessanteren laufenden Fälle informiert und diskutiert. Der im Vorstand für Compliance Verantwortliche und – bei einer Doppelspitze<sup>27</sup> – der zweite leitende Mitarbeiter sind anwesend und wirken wie jeder andere Mitarbeiter mit.

Vor allem bei der Bündelung von Recht und Compliance sollte ein möglichst kollegiales Verhältnis herrschen, bei dem sich die Mitarbeiter gegenseitig zwanglos unterstützen, zumal die Zuständigkeiten fließend sein können.

## **e) Gegenseitige Vertretung und Unterstützung**

Aufgrund des kollegialen Verhältnisses, der Aufteilung der Aufgaben, aber auch der allgemeinen Kenntnis aller Vorgänge ist es möglich, sich gegenseitig zu unterstützen und zu vertreten; auch bei Krankheit oder Urlaub.

## **f) Entscheidungsfindung**

Die Erfahrung zeigt: Selbst wenn schließlich viele, zum Beispiel zehn, Mitarbeiter in die Diskussionen eingebunden sind, wird nahezu ausnahmslos und verhältnismäßig schnell ein Konsens selbst dann gefunden, wenn einzelne Mitarbeiter zunächst der Gegenmeinung zuneigten. Bei der Bildabbildung unten wird der BGH-Fall Az. VI ZR 190/08 und 230/08 erwähnt. Bei ihm war ein Mitarbeiter derart vehement vom Recht der Presse überzeugt, dass sich die Abteilung einstimmig

entschieden hat, dem Mitarbeiter zu folgen. Dieser Mitarbeiter hat zwar in den beiden ersten Instanzen verloren, dann jedoch wurde das Verfahren vor dem BGH gewonnen.

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

### **3. Organisation des Verhältnisses zu den weiteren Bereichen der Einrichtung oder des Unternehmens – wie beispielsweise die Compliance in den Redaktionen**

Soweit nachfolgend nur Redaktionen erwähnt werden, lässt sich die Organisation in der Regel analog auf das Verhältnis zu den weiteren Bereichen des Unternehmens oder der Einrichtung übertragen.

In diesem Teil der Organisation zeigt sich in einer Reihe von Phasen erneut, wie vorteilhaft die organisatorischen Maßnahmen zur Zusammenarbeit der Compliance-Mitarbeiter mit- und untereinander<sup>28</sup> sind, und wie sinnvoll es sein kann, personell Compliance, Rechtsberatung und Rechtsvertretung zu verbinden<sup>29</sup>.

Das Modell, wie es nachfolgend beschrieben wird, ist nicht in allen beschriebenen Phasen zwingend. So ist es selbstverständlich möglich, dass sich für einzelne Produkte Compliance für die Redaktion mehr oder weniger erübrigt.

#### **a) Zeitdruck**

Für Medienfachleute versteht es sich von selbst, dass die Redaktionen oft unter Zeitdruck stehen; vor allem kurz vor Redaktionsschluss. Das Compliance-Managementsystem muss dementsprechend auf Zeitprobleme eingerichtet werden. Ein Compliance-Mitarbeiter, der die äußerungsrechtlichen Probleme kennt, muss stets zur Verfügung stehen.

#### **b) Schulungen**

In der Regel empfiehlt es sich, zumindest von Zeit zu Zeit die gesamte Redaktion zu unterrichten und zu schulen. Noch wirkungsvoller ist meist, im Rahmen der laufenden Besprechung einzelner Artikel Redakteure zu schulen. Einzelne Redakteure haben durchaus Compliance-relevante, sich wiederholt auswirkende Eigenheiten. Diese Eigenheiten beruhen auf einem ihnen eigenen Rechtsgefühl. Nicht selten weiß der Compliance-Mitarbeiter im Vorhinein, worauf er bei diesen Mitarbeitern bei jedem weiteren Artikel unter allen Umständen achten muss.

#### **c) Regelmäßige Besuche der Compliance-Mitarbeiter in der Redaktion**

Einzelne Redaktionen werden von einem – gelegentlich von mehreren – Mitarbeitern vor allem an den Tagen, an denen der Redaktionsschluss nicht unmittelbar bevorsteht, besucht.

Ein Mitglied der Redaktion, meist ein Mitglied der Chefredaktion, bespricht mit dem Compliance-Mitarbeiter am Tableau, ob einzelne Artikel problematisch werden können. Die Erfahrung zeigt, dass diese Besprechung in aller Regel nur wenige Minuten dauert.

Sofern Artikel aus Compliance-Sicht problematisch sein können, liest sie sich der Compliance-Mitarbeiter durch und prüft auch die Bildpublikationen.

Änderungen, die der Compliance-Mitarbeiter für erforderlich hält, bespricht er in angemessenem, kollegialen Rahmen mit dem Redakteur. Nach Möglichkeit schlägt der Compliance-Mitarbeiter Compliance-gerechte Formulierungen und Änderungen in der Bildpublikation vor. Je nachdem, wie erfahren und kollegial die Beteiligten sind, geht in der Regel praktisch keine Zeit verloren.

Typische Compliance-relevante Fallen: Aus Erfahrung wissen der Compliance-Mitarbeiter ebenso wie die Redaktion, dass sich heimtückisch Fehler wiederholen. So etwa wird nach Korrekturen – oft aufgrund des Zeitdrucks – immer wieder vergessen, den Titel, das Inhaltsverzeichnis und die Bildunterschriften erneut gesondert zu prüfen.

Können sich Compliance-Mitarbeiter und Redakteur nicht einigen, muss das Problem, wenn auch oft in Eile, der Redaktionsorganisation entsprechend der nächsthöheren Stelle in der Redaktion oder der Compliance-Abteilung vorgelegt werden. Erfahrungsgemäß sind diese Fälle bei geübten Journalisten und Compliance-Mitarbeitern rar. Sie kommen – beispielsweise bei Zeitschriften mit rechtlich verhältnismäßig »gefährlichen« Texten – in der Regel nur alle vier, fünf Ausgaben vor. Erforderlich kann bei diesem vorstellbaren System auch werden, dass sich der Compliance-Mitarbeiter nach der Ordnung des Compliance-Managements intern bespricht.

Unternehmensintern muss geregelt werden, wie bei nicht behebbaren Meinungsverschiedenheiten entschieden wird. Sicher ist hier zu differenzieren.

#### **d) Compliance-Maßnahmen in den Fällen, in denen die Redaktion nicht besucht wird**

Sofern eine Redaktion nicht besucht wird, wird die Compliance-Arbeit mit technischen Mitteln entsprechend den voran beschriebenen Grundsätzen erledigt, soweit sich Compliance empfiehlt.

### **4. Zusammenarbeit mit den weiteren Abteilungen des Hauses und mit Dritten**

Die spezialisierte Verankerung der Compliance im Vorstand oder in der Geschäftsführung, wie sie oben<sup>30</sup> beschrieben worden ist, bildet organisatorisch eine gute

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

8 ▲  
▼

Grundlage für eine Verbindung zu allen Unternehmensbereichen.

Die Revision<sup>31</sup> und der Personalbereich stehen mit an erster Stelle der Zusammenarbeit an der Seite der Compliance-Abteilung, vor allem auch im Fokus der gegenseitigen Unterstützung. Die Revision ist in der Lage und in der Pflicht, im Rahmen ihrer allgemeinen Aufgaben auch Compliance für das gesamte Unternehmen, insbesondere auch im Interesse des Vorstands, zu prüfen und auf die Schließung zu Tage tretender Systemlücken hinzuwirken. Dabei kann sie vor allem bei direkter Berichterstattung an den Vorstand oder an die Geschäftsführung das Compliance-System absichern. Die Objektivität der Revision bleibt insbesondere dadurch gewahrt, dass sie prozessunabhängig ist und nur im Rahmen der allgemeinen Revisionsgrundsätze fallweise Einzelfallentscheidungen prüft. Compliance und Revision sollen sich so in effizienter Weise mit dem Ziel ergänzen, Compliance-Prozesse und -Systeme laufend zu optimieren.

Zur Zusammenarbeit mit Behörden siehe *Moosmayer*<sup>32</sup>.

Selbstverständlich muss die Zusammenarbeit von Compliance mit den Abteilungen des Hauses und den Behörden in dem erwähnten Compliance-Handbuch<sup>33</sup> festgehalten werden.

### **III. Risikoerkennung, -vorbeugung und -verhütung sowie Risikominimierung**

Unterlaufen oder drohen klar Fehler, können diese mit dem Compliance-Management, wie es in II. beschrieben ist, erkannt und verhindert werden.

So verhältnismäßig einfach verhält es sich jedoch oft nicht. Der Risikobereich ist größer, als bislang angenommen wird. Journalistisch könnte man formulieren: »Risiko, das unbekannte Wesen«. Dementsprechend schwierig ist es, Risiken zu verhindern oder doch zu minimieren.

#### **1. Verhüllungsformeln**



Im Recht der Presse und der Berufsethik der Verlage sind nach den von den Gerichten gebrauchten Definitionen meist rechtserheblich<sup>34</sup>:

- a) »Der Leser«, »der Verbraucher«<sup>35</sup>.
- b) »Wer ..., der ruft die Vorstellung hervor«<sup>36</sup>.
- c) »Die Leser«, »die Verbraucher«<sup>37</sup>.
- d) »Der Durchschnittsleser«, »der Durchschnittsverbraucher«<sup>38</sup>.
- e) »Alle billig und gerecht Denkenden«<sup>39</sup>.
- f) Das europäische Verbraucherleitbild: »der durchschnittlich informierte, verständige und aufmerksame Durchschnittsverbraucher«<sup>40</sup>.
- g) Aus einer Habilitationsschrift (sic!): »Wie ein Werbeadressat, der durchschnittlich informiert, aufmerksam, verständig, lernfähig und kritisch ist, die Werbung verstehen darf. Dabei sind alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen, insbesondere ... Ob eine irreführende Werbung vorliegt, entscheidet das Gericht oder die Verwaltungsbehörde nach eigener Sachkunde ohne Beweiserhebung darüber, ob eine bestimmte Anzahl von Personen tatsächlich irreführt werden kann.«<sup>41</sup>
- h) »Vom gesunden Rechtsempfinden gebilligt«<sup>42</sup>.
- i) »Das Empfinden jedes offenen Betrachters«<sup>43</sup>.
- j) »Normative Verkehrsauffassung«<sup>44</sup>.
- k) Neuestens hat *Haug* in einer Doktorarbeit die »normativ vorgenommene Ermittlung des Informationsinteresses« mit Recht kritisiert<sup>45</sup>.
- l) »Normative Verwechslungsgefahr«<sup>46</sup>.
- m) Die Begründung mit »Erfahrungsregeln« als bloßen Hilfsmitteln<sup>47</sup>.

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

9 ▲  
▼

- n) »Abwägung«<sup>48</sup>.
- o) »Verhältnismäßigkeit«<sup>49</sup>.

## 2. Das Risiko unvorhersehbarer Entscheidungen

Nachfolgend werden bemerkenswerte Stimmen<sup>50</sup> aus der Praxis zitiert, auf die sich Compliance einstellen muss. Nach diesen Stimmen urteilt letztlich der einzelne Entscheider – insbesondere der einzelne Richter – fortlaufend (verantwortungsbewusst) nach seinem eigenen Gutdünken. Die Verhüllungsformeln erleichtern es dem Entscheider, nach seinem persönlichen Gutdünken zu urteilen. Diese Stimmen sind für alle Rechtsgebiete wesentlich, und zwar genauso für außerhalb eines Medienkonzerns liegende Rechtsbereiche. Sie gelten nämlich grundsätzlich insbesondere auch für alle unbestimmten Rechtsbegriffe<sup>51</sup>. Es verhält sich bei den unbestimmten Rechtsbegriffen eben generell so, wie es die nachfolgend zitierten Stimmen besagen, und wie es jüngst Jobst-Hubertus *Bauer* als erfahrener – und jetzt sind wir auch wieder unmittelbar im Medienkonzern – Arbeitsrechtler erklärt hat:

»Wer tagtäglich mit Kündigungsproblemen zu tun hat, wird bestätigen, dass sich der deutsche Kündigungsschutz aufgrund der vielen unbestimmten Rechtsbegriffe und der bei allen Kündigungen nötigen Interessenabwägung durch ein hohes Maß an Rechtsunsicherheit auszeichnet. Der Ausgang vieler Kündigungsschutzprozesse ist kaum prognostizierbar.«<sup>52</sup>

Nun zu den weiteren Stimmen. Sie betreffen jedenfalls zutreffend die Fälle, bei denen die vorliegende Rechtsprechung – dies ist der Normalfall – dem Entscheider einen Freiraum belässt.

### a) Der Richter par excellence: Seitz

»Ach, der Richter ist so frei.«<sup>53</sup>

»Zu den klassischen vier Auslegungscanones (Kopf) sind viele andere hinzugestoßen, die den Richtersklaven seiner lästigen Fesseln entledigen: Rechtsfolgenbewertung, Gerechtigkeit, Billigkeit, Rechtssicherheit, Rechtsgefühl (Bauch), Praktikabilität, Rechtseinheitlichkeit. ... Als Zivilrechtler überlegt man immer auch, wer denn hier der Böse ist. Das Ergebnis dieser Wertung wird aber wohl kaum im Urteil stehen. ... Für den Anwalt ist bei dieser Sachlage alles schwieriger geworden. Er wird dem Mandanten kaum je zuverlässig sagen können, wie das Gericht entscheiden wird.«<sup>54</sup>

Somit: Der Anwalt und dementsprechend der Compliance-Mitarbeiter können nach den Erfahrungen von *Seitz* dem Mandanten die Entscheidung kaum je zuverlässig vorhersagen und in der Entscheidung findet sich nicht unbedingt der wahre Grund dafür, warum so entschieden wird.

### b) Richter Barschkies

Nicht veraltet, sondern mittlerweile geradezu klassisch sind die Ausführungen des Hamburger Richters *Barschkies*:

»Denn von jeher sind Richter gewohnt, eigenmächtig zu urteilen. Zwar sollen sie nur das Recht erkennen, das heißt, den Willen eines anderen, nämlich des Gesetzgebers, ermitteln. Aber das ist Theorie. In der Wirklichkeit ist es anders. ... Irgendwie solidarisieren wir uns mit einer der Parteien.«

*Barschkies'* Bekenntnis gipfelt in den beiden Sätzen:

»Da ihm [dem Richter] die Entscheidung deshalb nicht gleichgültig ist, macht er sie selbst. Nur in der Begründung wird so getan, als habe er sie aus dem Gesetz genommen.«<sup>55</sup>

Also: Nur in der Begründung wird so getan, als habe der Entscheider das Ergebnis dem Gesetz entnommen.

*Barschkies* geht auch schon ausdrücklich auf das heute so bedeutsame »Mäntelchen« des »Durchschnittsbetrachters« ein, »das man der eigenen Willensentscheidung umhängt«<sup>56</sup>.

### c) Schlechthin die Autorität für den Verhältnismäßigkeitsgrundsatz und die mit ihm verbundene Abwägung: Univ.-Prof. Peter Lerche

Im Presserecht versetzt die Abwägung zwischen Pressefreiheit und Persönlichkeitsrechten »jeden Rechtsberater deutscher Medienunternehmen in die Zwangsrolle eines Hellsehers, eine verzweifelte Rolle«<sup>57</sup>.

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

10



### d) Nachwuchswissenschaftler Gebhard Rehm

Gebhard *Rehm* stellt für das Äußerungsrecht fest, dass »die weitestgehend richterrechtlichen Maßstäbe zur Entscheidung des Konflikts zwischen dem Veröffentlichungsinteresse der Presse und dem Interesse der Betroffenen, in Ruhe gelassen zu werden, nicht hinreichend ausgefeilt sind, um den Rechtsstreit einigermaßen sicher vorherzusehen, was einen Prozess überflüssig oder zumindest weniger wahrscheinlich machen könnte«<sup>58</sup>.

### 3. Die dogmatischen Grundlagen dieses Risikos »Unvorhersehbarkeit« als Voraussetzung für eine Verhinderung oder Minimierung des Risikos durch Compliance

Der umfassend gelehrte Rechtssoziologe und, wie der Autor dieser Zeilen meint, Rechtstheoretiker, aber auch Urheberrechtler und Arbeitsrechtler Manfred *Rehbinder* schließt seine Einführung in die Rechtswissenschaft:

»Der Jurist hat zwar gelernt, wie man Fälle löst, d. h. Rechtsstreit entscheidet. Aber er wird oft mit Beschämung feststellen, dass der Laie besser weiß, wie man zu handeln hat.«<sup>59</sup>

Bis hinein in die Rechtsphilosophie wird diese Ansicht herausgestellt. So erklärt der hoch anerkannte (im Jahre 2001 verstorbene) Arthur *Kaufmann*:

»Dass heute das irrationale Rechtsgefühl wieder hoch im Kurs steht, ist wahrlich nicht durch die – angeblich irrationale – Hermeneutik bewirkt worden. Der Hauptgrund dafür liegt ganz im Gegenteil im Ungenügen der rein formal-rationalen Rechtstheorien.«<sup>60</sup>

Das heißt: Die Wissenschaft weist der Praxis nicht allgemein einen klar ersichtlichen Weg gegen den Dezisionismus. Der Autor meint, einen Weg gefunden zu haben. Bis dieser Weg, wenn überhaupt, als geeignet anerkannt werden wird, werden etliche oder viele Jahrzehnte vergehen, weil er zwischen Rechtspositivismus und Naturrecht hindurchführt und die Bedeutung der pluralistischen Wirklichkeit für das Recht begriffen werden muss<sup>61</sup>. Folglich wird Compliance noch längere Zeit Ergebnisse oft nicht vorhersehen können.

In den Fällen des Dezisionismus entscheidet – so *Säcker*<sup>62</sup> – »der Richter nicht aufgrund einer heteronom bestimmten Kognition, sondern letztlich aufgrund autonomer Dezision.«

Mit anderen Worten: Dezisionismus besagt, dass aufgrund eigener persönlicher Wertung entschieden wird. Beim »richterlichen Dezisionismus« entscheiden der einzelne Richter oder das einzelne Gericht letztlich – wenn auch möglichst vernünftig, verantwortungsbewusst und im Rechtssystem geschult – nach eigenen Vorstellungen<sup>63</sup>.

Die Probleme um den Dezisionismus werden in den Abhandlungen zu Compliance, an welcher gegenwärtig alle Unternehmen arbeiten oder doch arbeiten sollten, bislang im Wesentlichen überhaupt nicht beachtet. Compliance wurde bis vor wenigen Jahren ohnehin nur als Nebentätigkeit des Leiters der Rechts- oder des Leiters der Personalabteilung verstanden<sup>64</sup>. Allenfalls wird bislang – ohne auf den Dezisionismus einzugehen – einmal festgestellt, dass »eine schöne, heile Compliance-Welt, in der richtig und falsch eindeutig bestimmbar sind, eine negative Utopie ist«<sup>65</sup>.

#### **4. Wie wird nun in den Fällen der mehr oder weniger großen Unsicherheit das Risiko beseitigt oder doch wenigstens vermindert?**

Die meisten Verhüllungsformeln, wenn nicht gar alle Probleme des Dezisionismus und damit der Unvorhersehbarkeit gehen darauf zurück, dass die Bedeutung der pluralistischen Wirklichkeit für das Recht noch nicht genügend erkannt wird<sup>66</sup>. Auch wenn noch grundsätzlich Vieles geklärt werden muss, kann zur Beseitigung oder Minderung des Risikos doch schon verbindlich zu allen Kriterien, die ersichtlich auf die Auffassung der Leserinnen und Leser oder insgesamt auf die Verkehrsauffassung abstellen, festgestellt werden:

Schweizer, Robert: Compliance im Medienkonzern (ZUM 2012, 2)

11  

Es gibt Fallgruppen, zu denen sich empfiehlt, schnell noch eine repräsentative Umfrage durchzuführen. Am preisgünstigsten und am schnellsten durchführbar ist meist eine Mehrthemenumfrage. Instruktive Musterbeispiele – neben vielen anderen – sind immer noch Verfahren zur ausreichenden Kennzeichnung von Artikeln als »Anzeige«<sup>67</sup>. Solche Umfragen lassen sich übrigens überraschend oft auch künftig verwenden, und zwar nicht nur zum Marken- und Kartellrecht, sondern auch zum Gewerblichen Rechtsschutz und zum Äußerungsrecht. Aufgrund von Umfragen ist beispielsweise bekannt, dass ein Großteil der Leser in Zweifelsfällen »automatisch«, »auf den ersten Blick«, zum oberen Seitenrand schaut und dort selbst bei kleineren Schriftgrößen den Hinweis »Anzeige« erkennt.

Selbstverständlich können aus finanziellen, zeitlichen und anderen Gründen repräsentative Umfragen nur gelegentlich für Compliance durchgeführt werden – auch wenn sich mit ihnen unter Umständen große Schäden vermeiden lassen. Musterbeispiel: Werbekampagnen von Verlagen (die nicht Mandanten des Autors sind) mit irreführenden Slogans oder sogar irreführenden Titeln, bei denen jeweils allein fünf Mio. Euro Einführungskosten verloren waren. Im Marken- und vor allem im Kartellrecht lohnen sich repräsentative Ermittlungen oft.

Zur Risikovorbeugung und Risikobeseitigung durch Umfragen gibt es verhältnismäßig viel Material – von den Arbeiten zur Problemdefinition, zur Befragungstechnik und der Analyse von Befragungsergebnissen, von der Antragsformulierung bis zur Kostentragungspflicht evtl. durch den Gegner (»Marktforschung auf Kosten der Konkurrenz«)<sup>68</sup>.

In allen anderen Fällen muss versucht werden, Texte und Bilder in der nach den Erfahrungen der Rechts- und Compliance-Experten weniger riskanten Form zu publizieren, soweit sich dies journalistisch vertreten lässt. Das Gleiche gilt für alle weiteren Themen der oben in I. aufgeführten Gebiete.

Bei der Vermeidung oder Minimierung (oder schon bei der Entdeckung) des Risikos auf diesem Wege und in dieser Form verifiziert sich das in II. dargestellte Compliance-Managementsystem. Unter anderem zeigt sich, wie sinnvoll es ist, personell die Erfahrungen in der Rechtsberatung und -vertretung mit der Compliance-Tätigkeit zu verbinden, das Team insgesamt auch sonst – wie beschrieben – kompetent und handlungsfähig zu bilden und innerhalb des Compliance-Teams optimal zu organisieren. Die in II. 3. dargestellte Tätigkeit der Compliance-Mitarbeiter für die Redakteure und in den Redaktionen kann sich voll auswirken.

Die Vermeidung und Minimierung nach diesem System darf jedoch nicht bedeuten, dass die eigenen Vorstellungen über das, was rechtlich und ethisch richtig ist und möglich sein muss, negiert werden. In etlichen Bereichen, insbesondere im Äußerungsrecht, gibt es verhältnismäßig viele Fälle, in denen die Tatsacheninstanzen gegen die Medien entscheiden und die Medien erst vor dem Bundesgerichtshof oder dem Bundesverfassungsgericht Recht bekommen. Ein gutes Beispiel bildet der Rechtsstreit zu dem nachfolgend abgebildeten Titel samt Titelgeschichte, Aktenzeichen des BGH: VI ZR 190/08 sowie VI ZR 230/08<sup>69</sup>. Ist dieser Titel rechtmäßig oder rechtswidrig<sup>70</sup>?

 (ZUM 2012, Seite 11, Abb. 1).

(ZUM 2012, Seite 11, Abb. 1)

Wie angedeutet: Die beiden ersten Instanzen hatten entschieden: rechtswidrig. Der BGH hat dagegen geurteilt: rechtmäßig. Wer auf der Startseite der Homepage [www.schweizer.eu](http://www.schweizer.eu) in die Suchfunktion »Charlotte Casiraghi« eingibt, kann allein schon auf diesem Wege feststellen, dass Compliance und der Rechtsbereich in perso-



neller Verbindung die Redaktionen auch in der Wahrung der Pressefreiheit gegen Gerichte der ersten und zweiten Instanz weitreichend stärken müssen und können.

#### **IV. Die zweite und dritte Intensitätsstufe der Compliance: Best Practice und Soziale Verantwortung<sup>71</sup>**

Für die zweite und dritte Intensitätsstufe werden dann in weiteren Kapiteln abzuhandeln sein: der Pressekodex und seine Richtlinien<sup>72</sup> sowie die verlagsinterne Konkretisierung dieser Richtlinien für einzelne Bereiche wie Recherche, Text- und Bildpublikationen sowie Datenschutz. Weiter müssen die Konzernrichtlinien insbesondere für die Ausgabegenehmigungen, die Unterschriftenregelungen, die Stellenbeschreibung, die Beschaffungsrichtlinien, die IT-Ausstattung sowie Nutzung IT und Kommunikationssystem folgen. In der dritten Intensitätsstufe wird der Verhaltenskodex im Mittelpunkt stehen. Nach den bislang erzielten Erfahrungen besteht die Gefahr, dass Unternehmen

Verhaltenskodizes anderer Unternehmen nur abschreiben, sodass ein »Kodex von der Stange«<sup>73</sup> entsteht.

Der in der dritten Stufe im Mittelpunkt stehende Verhaltenskodex kann beispielsweise, auch zur Vermeidung eines Reputationsschadens, als Leitbild für einen Medienkonzern so gegliedert sein<sup>74</sup>:

I. Vorwort des Vorstands

II. Unternehmensgrundsätze

III. Anwendung und Geltung

IV. Konkretisierung der Unternehmensgrundsätze zu Verhaltensanforderungen

1. Einhaltung von Gesetzen und der Berufsethik

2. Führung und Aufsicht

V. Konkretisierung der Unternehmensgrundsätze bei geschäftlichen Kontakten

1. Geschenke und sonstige Vergünstigungen

2. Wettbewerb und Kartellrecht

VI. Konkretisierung der Unternehmensgrundsätze im Arbeitsumfeld

1. Umgang mit Arbeitsmitteln, Internet und E-Mail

2. Umgang mit Informationen

3. Umgang mit Daten

4. Umgang mit Urheber-, Marken- und Kennzeichenrechten

5. Dokumentation und Aufbewahrung

VII. Verantwortung

1. Interessenkonflikte

a) Insiderhandel

b) Nebentätigkeiten

c) Politische Betätigung

2. Journalistische Sorgfaltspflichten

3. »Social Media«

4. Umwelt und Technik

5. Soziales und gesellschaftliche Verantwortung

VIII. Umsetzung

1. Ansprechpartner

2. Beschwerden und Verstöße

Der Vorstand, ...

---

\* Vortrag im Rahmen des Symposiums des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 21. Oktober 2011 im Rahmen der Medientage München 2011.

\*\* Der Verfasser ist Rechtsanwalt und im Vorstand Hubert Burda Media für Recht und Compliance verantwortlich; in diesem Beitrag vorgestellte Modelle und Beispiele gehen jedoch nicht auf die in diesem Konzern geübte Praxis zurück.

<sup>1</sup> Siehe auch die Auflistung bei *Partikel*, in: Hauschka, Corporate Compliance – Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen, 2. Aufl. 2010, § 45.

<sup>2</sup> Die nachfolgende Aufstellung soll nur einen Eindruck vermitteln, wie vielfältig eine Compliance im Medienkonzern sein muss.

<sup>3</sup> Gebraucht wird – meist historisch bedingt – der Ausdruck »Compliance« auch mit dem Vor-Wort »Corporate«. Dieses Vor-Wort verdeutlicht, dass sich Compliance nicht nur, wie ursprünglich, auf Banken und den Wertpapiersektor bezieht, sondern generell auf Unternehmen. Vgl. *Behringer* (Hrsg.), Compliance kompakt – Best Practice im Compliance-Management, 2. Aufl. 2011, I 2 S. 39.

- 4 Vgl. zum Beispiel, die – wenn auch nicht wörtlich gleichen Hinweise – bei *Hauschka*, in: Hauschka (Hrsg.), aaO. (Fn. 1), § 1 Rn. 2, 28; *Moosmayer*, Compliance – Praxisleitfaden für Unternehmen, 2010, S. 23 ff.; Wieland/Steinmeyer/Grüniger (Hrsg.), S. 53 f., 62 (Autor: *Grüniger*), S. 122 f. (Autoren: *Wieland/Grüniger*), S. 400 (Autoren: *Kleinfeld/Müller-Störr*); Wecker/van Laak (Hrsg.), Compliance in der Unternehmerpraxis, 2. Aufl. 2009, S. 35, 42 f. (Autor: *Vetter*), S. 56 (Autoren: *Wecker/Galla*); Görling/Inderst/Bannenber (Hrsg.), Compliance – Aufbau, Management, Risikobereiche, 2010, 1. Kap. Rn. 4 ff., für »Anfänger« in Compliance besonders lesenswert (Autorin: *Poppe*), 4. Kap. Rn. 1 ff. (Autorin: *Inderst*).
- 5 *Campos Nave/Bonenberger*, BB 2008, 734 ff. (734 re. Sp.); *Behringer*, aaO. (Fn. 3).
- 6 Immer noch beachtenswert *Peltzer*, Deutsche Corporate Governance – Ein Leitfaden, 2. Aufl. 2004.
- 7 *Görling/Inderst/Bannenber*, aaO. (Fn. 4), Vorwort: »Dennoch wird derzeit kaum etwas mehr strapaziert als der Begriff Compliance«.
- 8 Vgl. *Behringer*, aaO. (Fn. 3), I 4 (S. 41 ff.).
- 9 Auf höhere Strafmaße nach § 30 Abs. 3 i. V. m. § 17 Abs. 4 OWiG zu dem Zwecke der Abschöpfung weist im Compliance-Schrifttum *Moosmayer*, aaO. (Fn. 4), B. II. 1 S. 11 hin.
- 10 *Wecker/van Laak*, aaO. (Fn. 4), S. 61 bis 65.
- 11 Vgl. zum Beispiel neben dem Schrifttum zum StGB und dem OWiG *Moosmayer*, aaO. (Fn. 4), B. II. 1. S. 11.
- 12 BGH NJW 2009, 3173 ff.
- 13 Zu einem Compliance-Organisationshandbuch, einem »Compliance-Manual« siehe etwa neu mit weiteren Hinweisen *Wiederholt/Walter*, Compliance – Anforderungen an die Unternehmensorganisationspflichten, BB 2011, 968 ff., 970.
- 14 Siehe zu dieser alle Rechts- und Ethikbereiche betreffenden weitreichenden Problematik ausführlicher unten III.
- 15 Beschluss vom 31. Mai 2011 – 1 BvR 857/07, abgedruckt jedenfalls in EuGRZ 2011, 394 ff., 399.
- 16 Siehe zu diesem Thema beispielsweise auch schon *Moosmayer*, aaO. (Fn. 4), E. S. 83 ff.
- 17 Zu den nachfolgenden Ausführungen wurden nach der Veranstaltung am häufigsten die Schaubilder angefordert. Wie zugesagt, stellen wir nachfolgend das im Referat vorgestellte Modell dar. Wie zu Beginn dieses Beitrags erwähnt, kann nicht rückgeschlossen werden, dass Hubert Burda Media entsprechend organisiert hat.
- 18 In *Hauschka*, aaO. (Fn. 4), § 15 Rn. 27.
- 19 Siehe S. 4 li. Sp. oben.
- 20 Siehe zum Beispiel *Hauschka*, aaO. (Fn. 4), § 1 Rn. 36 Fn. 123. In diesem Zusammenhang kann beispielsweise genauso interessieren: Am 22.10.2008 wurde von www.juve.de gemeldet: »Dr. Manfred *Balz*, bislang Chefjustiziar der Deutsche Telekom AG, rückt in den Konzernvorstand auf. Der 63-Jährige wird als siebtes Vorstandsmitglied für die Bereiche Datenschutz, Recht und Compliance zuständig sein.« Bei der Hypovereinsbank (HVB) wurden die Bereiche Recht und Compliance zusammengelegt, Leitung Bereichsvorstand Dr. Andreas *Früh*; vgl. www.juve.de, Meldung 9.10.2009. Am 15.12. hat der Aufsichtsrat der Daimler AG Dr. Christine *Hohmann-Dennhardt* in das neu geschaffene Vorstandsressort »Integrität und Recht« mit der Compliance und Rechtsorganisation u. a. berufen: www.daimler.com. Am 19.2.2009 wurde gemeldet, dass der »Rewe-Chefjurist jetzt auch Compliance-Officer« ist; www.juve.de. Diese Auflistung könnte nahezu beliebig erweitert werden. Auch mit Beispielen zu anderen Organisationsformen. Der Autor hat nur kurzzeitig einigermaßen systematisch Material gesammelt. Nach dem Eindruck des Autors wird die Form »Recht und Compliance« weit überwiegend gewählt. Die nachfolgenden Ausführungen werden die Gründe für diese Wahl veranschaulichen, wobei allerdings angemerkt werden muss, dass der Autor diesen Zuständigkeitsbereich Recht & Compliance innehat und von daher vielleicht subjektiv wahrnimmt. Sinn und Zweck der hier vorgestellten Organisation ist nur, überhaupt ein Modell verhältnismäßig eingehend darzustellen.
- 21 Etliche Unternehmen werden frühere Daten angeben.
- 22 *Hauschka*, aaO. (Fn. 4), § 1 Rn. 30.
- 23 AaO., Kapitel XVIII 1.1 S. 383.
- 24 Oben II. 1. b).
- 25 Siehe gleich voranstehend bei b).
- 26 Oben II. 1. a) und b).
- 27 Oben II. 1. b).
- 28 Zum Beispiel oben II. 2. b) bis f).
- 29 Siehe oben die Einleitung bei II. sowie II. 1. d), II. 2. b) et pass.
- 30 Siehe dazu vor allem oben II. 1. a) (Fn. 20).
- 31 *Moosmayer* nimmt aaO. (Fn. 4) auf S. 2 an, dass die Aufdeckung von Fehlverhalten und die Reaktion hierauf auch Aufgabe der Compliance ist.

- 32 AaO. (Fn. 4), E. V. S. 98 ff.
- 33 Zu diesem Handbuch zum Beispiel, wie angegeben, *Wiederholt/Walter*, BB 2011, 968 ff., 970.
- 34 Diese Beispiele werden auch in einem Beitrag mit dem Titel »Compliance in einer wachsenden Krise des Rechts und der Ethik« aufgeführt, der in etwa gleichzeitig in einem Liber Amicorum für Prof. Dr. Carl-Eugen *Eberle* erscheinen wird. Dieser Beitrag und das Referat fußen im Institut für Urheber- und Medienrecht. Das Institut für Urheber- und Medienrecht und der Verf. konnten dementsprechend übereinkommen, dass der Autor auch auf den Münchener Medientagen auf diese (noch unbekannt) weitreichende Compliance-Problematik hinweist und insoweit die Hinweise parallel publiziert werden. Der Beitrag im Liber Amicorum handelt diese Problematik zu den Verhüllungsformeln und insgesamt zum Dezisionismus ausführlicher ab als das hier wiedergegebene Referat.
- 35 Dazu *Schweizer*, in: FS Sonnenberger, 2004, S. 889 f. sowie *ders.*, GRUR 2000, 923 ff., 931 li. Sp.
- 36 *Schweizer*, in: FS Sonnenberger, aaO. (Fn. 35), S. 890.
- 37 *Schweizer*, GRUR 2000, 923, 931 li. Sp.
- 38 Am ausführlichsten *Schweizer*, Die Entdeckung der pluralistischen Wirklichkeit, 2000, S. 13 ff., 21 ff., 27 ff., 40 ff.; R. G. *Schweizer*, Der »Durchschnittsleser« nach dem EuGH-Urteil »Gut Springenheide 6-Korn-10 frische Eier«, in: Heldrich (Hrsg.), in: FS *Schweizer* zum 60. Geburtstag, 1999.
- 39 *Schweizer*, GRUR 2000, 923, 931 li. Sp.
- 40 *Schweizer*, GRUR 2000, 923, 931 f.
- 41 Dazu *Schweizer*, Umfangreich analysiert und abgewogen ins Nichts, in: FS Heldrich zum 70. Geburtstag, 2005, S. 1197 ff., 1198 ff.
- 42 *Schweizer*, in: FS Sonnenberger, aaO. (Fn. 35), S. 892 f.
- 43 *Schweizer*, in: FS Sonnenberger, aaO. (Fn. 35), S. 893.
- 44 *Schweizer*, in: FS Geimer, 2002, S. 1073 ff., 1077 ff., 1087 ff.; ebenso etwa *ders.*, GRUR 2000, 923 ff. und in: FS Heldrich, aaO. (Fn. 41), S. 1207 f.
- 45 *Haug*, Bildberichterstattung über Prominente, 2011, S. 207 ff.
- 46 Siehe zum Beispiel die Auseinandersetzung Focus ./ Mediafocus, oben bei Fn. 9.
- 47 *Schweizer*, in: FS Heldrich, aaO. (Fn. 41), S. 1208 f.
- 48 Typisch sind die grundsätzlich nach wie vor aktuellen Ausführungen bei *Stern*, Das Staatsrecht der Bundesrepublik Deutschland, Band III/2, 1994, § 84 IV 4 S. 818: »Tatsächlich wird es nicht möglich sein, ein absolutes Richtmaß der Abwägung zu finden. Abwägung ist stets einzelfallbezogen: Auch insofern »siegt die individualisierende Wirkung der Ausgleichsvorstellung«. Allenfalls kann es gewisse Leitlinien für die Abwägung geben. In diesem Sinne hat auch das Bundesverfassungsgericht die Abwägung primär als eine Argumentationsfigur verwandt, deren Maßstäblichkeit grundsätzlich offen ist, wenngleich eine gewisse Präferenz für den grundrechtlichen Freiheitsanspruch unverkennbar ist. Besonders deutlich ist dies bei den Grundrechten der Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit sowie der Glaubens- und Gewissensfreiheit geworden, ...« Was die Aktualität dieser Ausführungen betrifft, muss nur insofern eingeschränkt werden, als heute die Persönlichkeitsrechte stark an Gewicht gewonnen haben.
- 49 Wie Fn. 48.
- 50 Noch mehr Stimmen sind in dem erwähnten Beitrag für das Liber Amicorum Carl-Eugen *Eberle* wiedergegeben.
- 51 Zu den unbestimmten Rechtsbegriffen siehe oben unmittelbar vor II.
- 52 Handelsblatt vom 31. Mai 2011, NZA 2002, 529 ff., 529.
- 53 *Seitz*, NJW 2000, 118 ff., 119 re. Sp.
- 54 *Seitz*, aaO. (Fn. 53), S. 118 re. Sp., 119 li. Sp.
- 55 *Barschkies*, DRiZ 1986, 421 ff., 422 li. Sp.
- 56 *Barschkies*, aaO. (Fn. 55), S. 422 re. Sp.
- 57 *Lerche*, Massenmedium und Persönlichkeitsschutz aus verfassungsrechtlicher Sicht, in: Universitas 1990, 670 ff.
- 58 *Rehm*, AfP 1999, 416 ff., 416 re. Sp., 417 li. Sp.
- 59 *Rehbinder*, Einführung in die Rechtswissenschaft, 8. Aufl. 1995, S. 233.
- 60 Arthur *Kaufmann*, Über Gerechtigkeit – Dreißig Kapitel praxisorientierter Rechtsphilosophie, 1993, S. 305.
- 61 Vgl. zum Dezisionismus und der Bedeutung der pluralistischen Wirklichkeit für das Recht als Einfallstor für den Dezisionismus den erwähnten Beitrag des Autors in dem Liber Amicorum für Carl-Eugen *Eberle*.
- 62 *Säcker*, in: MünchKomm. Bürgerliches Gesetzbuch, Allgemeiner Teil, 5. Aufl. 2006, Einleitung Rn. 90. Einige weitere Fundstellen, welche ausdrücklich den Begriff »Dezisionismus« verwenden und nicht nur umschreiben: *Fikentscher*, Methoden des Rechts, 1975 ff., vor allem auch mit geschichtlichen Hinweisen: fünf Bände, I S. 479, III S. 316 ff., 320, 323 f., 386, 546, IV S. 473 ff.; *Pawlowski*, Methodenlehre für Juristen, 3.

- Aufl. 1999, Rn. 162 f. (»reine Dezision«), 182, 686, 754; *Lege*, Pragmatismus und Jurisprudenz, 1999, S. 404 f. (ausdrückliche Unterscheidung zwischen »radikalem« und »gemäßigtem Dezisionismus«), 488 f., 565; *Christensen/Sokolowski*, in: Buckel/Christensen/Fischer/Lescano (Hrsg.), Neue Theorien des Rechts, 2. Aufl. 2009, S. 298 f.; *Schachtschneider*, Res publica res populi, 1994, S. 881 f.; *von der Pfordten*, Rechtsethik, 2001, S. 159 ff., 28 (»Rückfall in den puren Dezisionismus«).
- 63 Verhältnismäßig ausführlich und mit Beispielen: *Schweizer*, Einschränkung des gesellschaftlichen Auftrages der Medien durch die Rechtsprechung – Ein Beispiel zur Krise des Rechts durch Dezisionismus, veröffentlicht in: Schweizer/Schulz/Heller/Adelt: Medien 2000 – Gesellschaftlicher Auftrag oder Auftrag der Gesellschaft, Beiträge vom 13. JournalistInnentag Mainz 1999, Broschüre der IG Medien, S. 6 ff. Nachlesbar auch unter: [www.bit.ly/dezisionismus](http://www.bit.ly/dezisionismus).
- 64 *Moosmayer*, aaO. (Fn. 4), S. 39.
- 65 *Dann/Mengel*, NJW 2010, 3265 ff., 3265 li. Sp. Auch *Dann/Mengel* gehen nicht weiter auf den Dezisionismus ein.
- 66 Siehe dazu kurz voranstehend bei Fn. 61 und ausführlicher sowie mit weiteren Hinweisen den erwähnten Beitrag *Schweizer*, Compliance in einer wachsenden Krise des Rechts und der Ethik, Liber Amicorum Carl-Eugen *Eberle*.
- 67 Siehe OLG München vom 19.6.1997: »Zum Beweis für die Anschauungen eines unbefangenen Durchschnittslesers« mit Anmerkung *Schweizer*, beides in AfP 1997, 931 ff., sowie *Schweizer*, Die Entdeckung der pluralistischen Wirklichkeit, aaO. (Fn. 38), S. V ff., dort ist auch der Fragebogen abgedruckt.
- 68 Siehe [www.schweizer.eu](http://www.schweizer.eu) und dort »Suche«.
- 69 Dieser Rechtsstreit ist zudem ein Beispiel dafür, wie innerhalb des Bereiches Recht und Compliance häufig um das richtige Vorgehen gerungen wird. Teilweise wurde in der Compliance-Abteilung die Ansicht vertreten, der Rechtsstreit solle nicht bis zum BGH fortgeführt werden. Betraut wurde als federführender Hauptsachbearbeiter schließlich ein Anwalt, der felsenfest davon überzeugt war, dass zu Gunsten der BUNTE zu entscheiden ist.
- 70 Der Rechtsstreit und seine Geschichte werden auf der in Fn. 68 aufgeführten Homepage geschildert. Siehe dort »Suche«, »Charlotte Casiraghi«, dort dann Eintrag vom 27. Oktober 2010.
- 71 Siehe zu den Intensitätsstufen oben I. bei Fn. 9.
- 72 Da sich die Verlage verpflichtet haben, den Pressekodex und seine Richtlinien einzuhalten, lässt sich vertreten, beide bei der ersten Intensitätsstufe einzuordnen. Pressekodex und seine Richtlinien sowie die Spruchpraxis und Leitfäden sind abrufbar unter: [www.presserat.de](http://www.presserat.de). Nicht in die erste Stufe gehören aber jedenfalls die gegenwärtig im Fokus stehenden Regelungen zur Konkretisierung oder Ausweitung der Richtlinien für die Recherche, die Wort- und Bildberichterstattung sowie den Datenschutz, die von einzelnen Verlagen verlagsintern ausgearbeitet worden sind oder zur Zeit ausgearbeitet werden.
- 73 *Moosmayer*, aaO. (Fn. 4), II. 2. S. 46.
- 74 Dieses Muster wird, soweit bekannt, noch nicht verwendet.