

Von Privat-, Medien- und Geschäftsgeheimnissen



Prof. Dr. Christian Alexander

Geschäftsgeheimnisse sind diskrete Angelegenheiten. Gleiches gilt üblicherweise für den Privatbereich von Menschen und vertrauliche Informationen aus dem Redaktionsbereich von Medien. Gibt es dazwischen Schnittmengen? Zwei Fragen sollen zum Auftakt des neuen Jahres zum Nachdenken einladen.

Erste Frage: Können Umstände aus dem Privatleben einer Person ein Geschäftsgeheimnis sein?

Die Richtlinie (EU) 2016/943 und das GeschGehG schützen nur Geheimnisse mit einem geschäftlichen bzw. unternehmerischen Bezug. Das folgt schon aus dem Begriff des *Geschäftsgeheimnisses*, wenngleich die Definition in Art. 2 Nr. 1 Richtlinie (EU) 2016/943 und § 2 Nr. 1 GeschGehG keinen besonderen Geschäfts- oder Unternehmenszusammenhang verlangt.

Der Grenzverlauf zwischen dem Privaten und dem Geschäftlichen ist theoretisch klar, doch sind in der Praxis Grauzonen und Überschneidungen möglich. So kann eine Information aus dem Privatleben einer Person einen geschäftlichen Charakter annehmen, wenn sich der geheime Umstand auf die Geschäftstätigkeit dieser Person auswirkt. Beispielsweise ist denkbar, dass die geschäftliche Tätigkeit gerade in der Kommerzialisierung der eigenen Person besteht (z. B. bei Sportlern oder Künstlern). Auch bei Führungspersönlichkeiten von Unternehmen können Umstände aus dem Privatleben (z. B. Angaben über den Gesundheitszustand des „Firmenpatriarchen“) unter Umständen geschäftliche Rückwirkungen auf das Unternehmen entfalten. Dass eine solche Information keinen (unmittelbaren) wirtschaftlichen Wert für das Unternehmen in dem Sinn aufweise, wie ihn die Richtlinie (EU) 2016/943 vor Augen habe (so die Einschätzung auf <https://geheimnisblog.de/ist-das-verhalten-von-julian-reichelt-ein-geschäftsgeheimnis-des-axel-springer-verlages>), ist ein bedenkenswerter Einwand. Indessen gehen Art. 2 Nr. 1 lit. b Richtlinie (EU) 2016/943 und § 2 Nr. 1 lit. a GeschGehG von einem sehr weiten Verständnis aus und lassen jeden kommerziellen bzw. wirtschaftlichen Wert einer Information genügen. Es lässt sich deswegen nur schwer begründen, dass nach den gesetzlichen Vorgaben nur bestimmte Werte oder Vorteile berücksichtigungsfähig sind.

Zweite Frage: Sind vertrauliche Informationen, die der redaktionellen Arbeit von Medien zuzuordnen sind, Geschäftsgeheimnisse?

Zweifelsohne können Informationen eines Medienunternehmens zu dessen Wirtschaftstätigkeit, etwa Geschäftszahlen, Kalkulations-

grundlagen, Kundendaten und Ähnliches, Geschäftsgeheimnisse sein. Die redaktionelle Tätigkeit hat jedoch einen anderen Charakter. Redaktionelle Geheimnisse können zum einen Informationen betreffen, die die Grundlage der Berichterstattung bilden, z. B. die vertraulichen Angaben eines Informanten oder geheime Dokumente. Zum anderen geht es mit dem Redaktionsgeheimnis um den Schutz der redaktionellen Arbeit selbst, also z. B. Informationen darüber, wie die Redaktion (oder ein einzelner Redakteur) arbeitet und Entscheidungen trifft.

Die Voraussetzungen von Art. 2 Nr. 1 Richtlinie (EU) 2016/943 und § 2 Nr. 1 GeschGehG werden bei formaler Betrachtung in beiden Fällen erfüllt sein. Typischerweise haben solche Informationen einen Marktwert, der sich aus der Bereitschaft ergibt, dafür zu zahlen. Jedenfalls ergibt sich der kommerzielle bzw. wirtschaftliche Wert daraus, dass ein Bekanntwerden für das Medienunternehmen von – möglicherweise sogar erheblichem – Nachteil sein kann. Aus Art. 1 Abs. 2 Nr. 1 und Art. 5 lit. a Richtlinie (EU) 2016/943 (§ 1 Abs. 3 Nr. 2 und § 5 Nr. 1 GeschGehG) lassen sich keine sicheren Rückschlüsse ziehen. Diese Normen zeigen zwar, dass die redaktionelle Tätigkeit von Medien in einem Konflikt mit dem Schutz von Geschäftsgeheimnissen stehen kann. Jedoch geben sie keine Auskunft darüber, ob redaktionelle Geheimnisse Geschäftsgeheimnisse sind.

Gegen einen Schutz durch die Richtlinie (EU) 2016/943 und das GeschGehG sprechen letztlich die folgenden Überlegungen: Die journalistisch-redaktionelle Tätigkeit von Medien unterliegt dem besonderen Schutz durch die Rechtsordnung gemäß Art. 11 GR-Charta, Art. 10 EMRK und Art. 5 Abs. 1 GG. Redaktionelle Geheimnisse gehören zum Kern der Medientätigkeit und erfordern einen anders konzipierten und ausgerichteten Schutz als den von Geschäftsgeheimnissen. Dies ergibt sich unter anderem daraus, dass ein schützenswertes Informationsinteresse der Allgemeinheit selbst dann bestehen kann, wenn eine Information auf rechtswidrige Weise erlangt wurde. Auch die Schutzmechanismen des GeschGehG passen nicht auf die Verletzung redaktioneller Geheimnisse. So würden die weit reichenden Auskunftsansprüche und die Regelungen zu rechtsverletzenden Produkten die redaktionelle Arbeit empfindlich, erheblich und unverhältnismäßig beschränken. Daher gilt: Redaktionelle Geheimnisse sind Teil des Mediengeschäfts. Die Rechtsordnung schützt solche Geheimnisse, aber nicht als Geschäftsgeheimnisse.

Prof. Dr. Christian Alexander, Jena