

tribune

Das Magazin mit unternehmerischen Visionen

Editorial



Philip R. Baumann
Teilhaber
La Roche & Co Banquiers
prb@lrc.ch

Was dürfen Medien? Was dürfen Sie nicht? Wer setzt die Leitplanken? Wo liegen die Grauzonen? Wann sind Grenzen überschritten? Wer kontrolliert die Journalistinnen und Journalisten? Mit welchen Instrumenten? Aufgrund welcher Rechtsetzung? Derartige Fragen stellen sich in unserer medienzentrierten und -dominierten Zeit immer öfter und drängender. Die – wiederum von den Medien so genannte – «Affäre Hildebrand» hat sie zu Beginn dieses Jahres einmal mehr aufgeworfen. In einer für das Funktionieren der heutigen Medien beispielhaften Kampagne wurde hier aus einer überschaubaren Sachlage,

die man kühlen Kopfes hätte diskutieren können und müssen, innerhalb weniger Tage eine veritable Demontage, die den unmittelbar Betroffenen keine andere Wahl liess als sich aus dem Trommelfeuer der sich gegenseitig eskalierenden Medien zurückzuziehen. Welcher Schaden dem Finanz- und Wirtschaftsplatz Schweiz aus dem so erzwungenen Abgang eines fachlich hoch qualifizierten Präsidenten in einer wirtschaftlich kritischen Phase entstehen könnte, war in keinem Moment Bestandteil der medialen Überlegungen. Auch wenn sich die Redensart «Wo Rauch ist, ist auch Feuer» immer wieder bewahrheitet, so stellt sich die Frage, ob die mediale Aufarbeitung in regelrechte Treibjagden ausarten darf. Die «tribune»-Redaktion hat die eingangs gestellten Fragen qualifizierten Fachleuten gestellt, denen wir für ihre spontane Mitarbeit bestens danken. Ihnen, geschätzte Leserinnen und Leser, wünsche ich interessante Lektüre und entsprechenden Erkenntnisgewinn.

2 Ethik und Medien

4 Persönlichkeitsrechte im Internet

6 Der Presserat als Instrument der Medienselbstkontrolle

8 Auszug aus dem Presseratkodex

Eine Publikation der Handelskammer beider Basel, der Advokatenkammer Basel und des Basellandschaftlichen Anwaltsverbands mit grosszügiger Unterstützung der Jubiläumstiftung La Roche & Co Banquiers

Ethik und Medien



Prof. Dr. Martin Schubarth
Titularprofessor Universität Basel
www.martinschubarth.ch

Gibt es eine «Medienethik»? Natürlich gibt es die, so werden alle Medienschaffenden und Medienverantwortlichen ohne jedes Zögern unisono antworten. Fragt man dann zurück, worin denn diese Ethik bestehe, beginnen die Antworten aber zu harzen. Sehr schnell wird klar: Es gibt nicht eine Medienethik, sondern viele und vor allem: Es gibt eine Diskrepanz zwischen der gepredigten und der tatsächlich gelebten Medienethik.

Die Zeiten wandeln sich

Rückblick 1: Vor rund 30 Jahren – ich war damals Professor an der Universität Bonn – Samstag-Sportschau der ARD, üblicherweise mit Schwerpunkt Fussball (ich schwärmte für Borussia Mönchengladbach mit dem dänischen Flügelflitzer Simonsen). Der Moderator war leicht aufgeregt, man hatte den Eindruck, er sei irgendwie freudig erregt. Weshalb? «Beim Training für den Grossen Preis von Belgien ist Gilles Villeneuve tödlich verunglückt.» Das war die freudige Nachricht! Doch jetzt der traurige, geradezu enttäuschende Nachsatz: «Leider (sic!) haben wir noch keine Bilder». Doch der Trost für das soeben noch schwer enttäuschte Publikum (Wie kann es das Fernsehen wagen, noch keine Bilder zu haben!) erfolgt sogleich mit einer äusserst positiven Nachricht: «Unser Reporter ist mit den Bildern unterwegs und wird uns noch gegen Ende der Sportschau erreichen». Man ist wirklich erleichtert und geneigt zu verdrängen, dass der rasende Reporter unter Verletzung sämtlicher Verkehrsregeln dem Bedürfnis des Publikums Rechnung trägt, die schrecklichen Bilder vom Unfalltod eines Formel-1-Rennfahrers noch rechtzeitig serviert zu bekommen.

Rückblick 2: Regeste eines Urteils des Bundesgerichtes aus dem Jahre 1911

(BGE 37 I 368): Bestimmung des Inhalts der verfassungsrechtlich gewährleisteten Pressefreiheit unter Berücksichtigung der spezifischen Aufgaben der Presse im modernen Staat; Grundsätze, nach denen zu verfahren ist, wenn das öffentliche Interesse, dem zu dienen die Presse in erster Linie berufen ist, mit gewissen Privatinteressen in Kollision gerät.

Seither hat sich die Realität der Medienlandschaft erheblich gewandelt. Zum einen sind neben die gedruckte Presse die elektronischen Medien getreten, zum anderen sind gerade die grösseren Presseerzeugnisse heute in erster Linie gewinnorientierte Produkte, die auch dann die Pressefreiheit anrufen, wenn es ihnen in Wirklichkeit nur oder vor allem um die Durchsetzung ihrer wirtschaftlichen Interessen geht. Im Vordergrund steht der Konkurrenzkampf mit anderen Medienprodukten, der Kampf um Marktanteile, Segmente und Einschaltquoten. Ein Phänomen, das jedenfalls in diesem Ausmass (oder sogar gänzlich?) vor hundert Jahren nicht bestanden hat.

IQ → EQ → PQ → MQ

Marktanteile und Einschaltquoten haben erhebliche Auswirkungen auf das Werbevolumen mit der bekannten Fragestellung, inwieweit Pressefreiheit bei einer von der Werbung in starkem Mass abhängigen Presse überhaupt noch möglich ist.

In diesem Zusammenhang sei hingewiesen auf die seit Jahren bestehende Tendenz zur Intensivierung und Banalisierung von Gewaltdarstellungen oder Todesszenen – der eingangs erwähnte ARD-Moderator lässt grüssen – und auf den damit verbundenen Verlust kultureller Werte. Dies hat mich schon vor einigen Jahren veranlasst, die folgende Formel vorzustellen: IQ → EQ → PQ → MQ, was soviel bedeutet wie: Der Intelligenzquotient wird gebraucht (missbraucht?), indem nur noch in den Kategorien der Einschaltquoten gedacht (gerechnet) wird; dies hat Auswirkungen auf den Perversionsquotienten und dies wiederum auf den Money-Quotienten.

Die Richtigkeit dieser Formel wurde mir seinerzeit bestätigt durch den Hinweis eines Berliner Bekannten: Als Folge der in den neunziger Jahren beginnenden Inflation der Fernsehsender wollten immer mehr Anbieter immer mehr und immer direktere Bilder vom Kriegs-«Schau»-Platz Tschetschenien ausstrahlen. In diesem «Wettbewerb» wurden immer häufiger Journalisten getötet, die «live» (!) dabei sein wollten – Perversion um des Geldes willen im Hinblick auf die Einschaltquoten!

«Zwei Männer nach Hatz gegen Blick-Journalisten verhaftet». Sie hatten sich zu illegalen Aktionen gegen die Journalisten hinreissen lassen. Weshalb? Die Journalisten hatten zuvor im Blick ausführlich über jenen Mann berichtet, der beim Spiel zwischen Lazio Roma und dem FC Zürich drei Finger verloren hatte, als eine Petarde in seiner Hand explodierte. Dagegen ist an sich nichts einzuwenden. Aber wie hatten sie berichtet? In einer mehrere Tage andauernden Hetzkampagne hatte der Blick Details aus dem Privatleben des Mannes veröffentlicht, er wurde als «Petarden-Trottel» abqualifiziert, man passte seine Familie ab und konfrontierte seinen Arbeitgeber mit dem Vorfall. Öffentliches Interesse an einer solchen Berichterstattung? Mitnichten. Sondern, siehe oben, IQ → EQ → PQ → MQ.

Früher gab es den Pranger. Kleine Diebe, Prostituierte und sonstige Abweichler wurden am Pranger dem Gespött der Vorübergehenden ausgesetzt. Diese Pranger-Strafe war eine gerichtliche Strafe. Sie ist mit den Prinzipien des modernen Verfassungsstaates unvereinbar.

Nach der von vielen Medien praktizierten «Ethik» (genauer: Un-Ethik) wird sie jedoch der Sache nach weiter praktiziert. Medien stellen Menschen, die manchmal eher zufällig in etwas verwickelt sind, auf brutale Weise bloss und dies – im Unterschied zur früheren Prangerstrafe – ohne ein vorangegangenes Gerichtsverfahren. Die Medienopfer, die viele Medien auf dem Gewissen haben, scheren sie keinen Deut.

Big Brother is watching you

Georges Orwell hat uns in seinem Roman 1984 gezeigt, wohin der Überwachungsstaat führt. Und viele Medien nehmen ihre Wächterfunktion wahr, wenn es um die Problematik von staatlichen oder privaten Überwachungsmaßnahmen, etwa am Arbeitsplatz, geht.

Sobald es aber um den Einsatz verdeckter Aufnahmen zu journalistischen Recherchierzwecken geht, schweigt häufig des Sängers Höflichkeit. Der Einsatz der versteckten Kamera als journalistische Recherchiermethode wird vorschnell als gerechtfertigt angesehen. Und die Prangerwirkung, wenn mit versteckter Kamera gemachte Aufnahmen zu bester Sendezeit ausgestrahlt werden, wird ignoriert. Wahrnehmung berechtigter Interessen ist zum Schlagwort vieler Medienschaffenden und leider auch einiger einseitig argumentierender Medienjuristen geworden, ohne dass sie ein Wort über die möglicherweise ebenso wichtigen Gegeninteressen des Betroffenen verlieren. Zugegeben: Die Gerichte haben hier mit gutem Grund Gegensteuer gegeben.

Allein: Nicht jeder hat die Kraft und das Geld, sich gegen fragwürdige Medienpraktiken zu wehren. Und das wirkt sich auf die tatsächlich gelebte Medienethik aus. Dass die Presse dem öffentlichen Interesse in erster Linie zu dienen berufen ist, wie das Bundesgericht in seinem eingangs zitierten Urteil angenommen hat, davon kann im Lichte der heutigen Realität nicht mehr die Rede sein.

Die Affäre Hildebrand

Medienethisch interessant sind auch die Geschehnisse im Medienbereich rund um die Affäre Hildebrand. Bei nüchterner Betrachtungsweise ging es um zwei Fragen, nämlich zunächst um die Sachfrage: Hat der Nationalbankpräsident mit Devisen gehandelt? Und dann um die Bewertungsfrage: Wenn ja, welche Konsequenzen sind daraus zu ziehen? Die erste Frage kann heute ohne Vorbehalt mit ja beantwortet werden. Die zweite Frage ist wie gesagt eine Frage der Bewertung.

Der Bankrat und möglicherweise auch die Direktoriumskollegen sind offenbar zum Schluss gekommen, dass die fraglichen Devisengeschäfte einen Verbleib des Nationalbankpräsidenten unmöglich machten.



Gegenstand der Berichterstattung hätte also in erster Linie die Tatfrage (Hat er mit Devisen gehandelt?) sein müssen. Und im Anschluss daran hätte der Versuch einer Bewertung stehen können. Der Sachverhalt wurde im Kern präzise und zutreffend von der Weltwoche am 5. Januar 2012 aufgedeckt. Bei nüchterner Betrachtungsweise kann es keine Rolle spielen, dass es die Weltwoche war, die wiederum – kurz zuvor hatte ebenfalls sie die «Erbsünde» eines von der SVP portierten Bundesratskandidaten aufgedeckt – einen wichtigen Sachverhalt ans Licht brachte. Und ebenso kann die Rolle von Christoph Blocher, der im Dezember 2011 der Bundespräsidentin Hinweise gegeben hatte, an diesem Sachverhalt nichts ändern. Doch nüchterne Betrachtungsweise war nicht die Sache einiger Medien. Schaum vor dem Mund vernebelte ihnen die Sicht, weil es die Konkurrenten von der Weltwoche waren, die die Medienmitteilung des Bankrates vom späten Freitagnachmittag, den 23. Dezember 2011, zum Anlass

für weitere Recherchen nahmen, während die Konkurrenz schon fröhlich Weihnachten feierte. Hätte die Basler AZ oder die Basler National-Zeitung – die es bekanntlich und bezeichnenderweise schon lange nicht mehr gibt – die Sache ausgebracht und wäre es Anita Fetz gewesen, welche die Bundespräsidentin informiert hat, so hätte der Sachverhalt und seine Problematik im Mittelpunkt der medialen Diskussion gestanden.

Auch bei der Bewertung des Sachverhaltes kann es nicht darum gehen, wer ihn aufgedeckt hat und wer im Dezember die Bundespräsidentin informierte, ebenso wie es bei der Aufdeckung der «Erbsünde» des Bundesratskandidaten keine Rolle gespielt hat, dass ausgerechnet die Weltwoche dieser Sünde auf die Spur kam. Konkurrenzneid und stereotype negative Zuschreibungen sind Stolpersteine für Qualitätsjournalismus.

Martin Schubarth,
Titularprofessor an der Universität Basel,
begann seine berufliche Tätigkeit 1969
als Anwalt in Basel. Von 1976 bis 1983
wirkte er als Professor für Strafrecht und
Strafprozessrecht in Deutschland (Univer-
sitäten Bonn und Hannover). Von 1983 bis
2004 war er Bundesrichter, 1999/2000
Präsident des Bundesgerichtes. Seit 2004
Tätigkeit als Avocat-Conseil in der Etude
Rusconi & Associés in Lausanne mit
Schwerpunkt Wirtschaftsstrafrecht.
Daneben wissenschaftliche und publizisti-
sche Tätigkeit. Seine 2011 publizierte
Studie «Verfassungsgerichtsbarkeit»
beleuchtet diese Institution kritisch vor
allem aus rechtsvergleichender und
politologischer Sicht. Weitere Hinweise:
www.martinschubarth.ch

Persönlichkeitsrechte im Internet – ein Überblick



Dr. Georg Gremmelspacher

Advokatur Gremmelspacher

Bürkli Biaggi in Basel

gremmelspacher@bluewin.ch

Im Internet kann das Persönlichkeitsrecht massiv verletzt werden. Ist im Web alles erlaubt? Nein, denn das Gesetz setzt Schranken. Im Internet gelten für den zivilrechtlichen Persönlichkeitsschutz grundsätzlich die gleichen Bestimmungen wie für Zeitungen, Radio und Fernsehen.

Gefälschtes Facebook-Profil, diffamierender Blogeintrag, Cybermobbing – im Internet ist solches immer mehr anzutreffen. Besonders problematisch können beim Auffinden von persönlichkeitsverletzenden Inhalten Suchmaschinen wie Google sein. Die Folge: Ein Betroffener kann dadurch beispielsweise bei der Stellensuche behindert werden, da ein möglicher neuer Arbeitgeber den Kandidaten googelt. Allerdings löscht Google Suchresultate grundsätzlich nicht. Man solle sich, so Google, direkt an den Urheber der Persönlichkeitsverletzung wenden. Ausnahme: Google erklärt sich bereit, betroffene Seiten von ihrem Suchindex zu löschen, wenn ein Entscheid einer zuständigen Behörde vorgelegt wird, gemäss welchem die beanstandeten Inhalte für rechtswidrig erklärt werden. Google versteht sich also als Service, der Inhalte von anderen nur sucht sowie sichtbar macht und schliesst jegliche Haftung für Dritthalte aus. Solange aber Google auf das Vorliegen eines zivil- oder strafrechtlichen Urteils gegen den Dritten besteht, um eine Internetseite von ihrem Index zu löschen, hat der Betroffene nur die Möglichkeit, entweder gegen den Urheber ein solches Urteil zu erwirken und dieses dann Google vorzulegen. Oder es gelingt, sich mit dem Verletzer (dieser muss freilich bekannt sein) zu einigen und auf diesem Weg den Eintrag löschen zu lassen. Denn, so sichert Google zu, werden Inhalte am Ursprungsort entfernt, dann erscheinen sie auch nicht mehr in den Suchresultaten.

Umfassender Schutz des Einzelnen

Eine wichtige Bestimmung zum Persönlichkeitsschutz findet sich in Artikel 28 des Zivilgesetzbuches; dieser hält fest: «Wer in seiner Persönlichkeit widerrechtlich verletzt wird, kann zu seinem Schutz gegen jeden, der an der Verletzung mitwirkt, das Gericht anrufen.» Der Gesetzgeber wollte damit eine Norm schaffen, die trotz technischer Entwicklungen aktuell bleibt. Er hat deshalb auf eine Definition der Persönlichkeitsverletzung sowie auf eine beispielhafte Aufzählung von möglichen Formen einer solchen verzichtet. Geschützt werden soll der Einzelne, und zwar möglichst umfassend. Von besonderer Bedeutung im Internet sind vor allem das Recht am eigenen Namen, das Recht am eigenen Bild, das Recht auf Achtung der Privat- und Geheimsphäre sowie das Recht auf Ehre.

Abwägung zwischen Persönlichkeitsrechten und Informationsinteresse

Eine Verletzung der Persönlichkeit muss, wie der Gesetzgeber sagt, «widerrechtlich» sein. Zunächst ist jede Verletzung der Persönlichkeit widerrechtlich. Wichtige Ausnahmen: Der Verletzte hat eingewilligt, beispielsweise dazu, dass sein Foto online gestellt wird. Oder: Es besteht ein überwiegendes öffentliches Interesse an einer Publikation. In diesem Fall ist jeweils eine Interessensabwägung zwischen dem Schutz der Persönlichkeitsrechte des Betroffenen und dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit vorzunehmen. Entscheidend sind dabei die Umstände des Einzelfalles: Wie gut ist der Betroffene auf dem Foto zu sehen? Wie prominent ist er?

Ein Betroffener muss sich – je nach seiner Position in der Gesellschaft – mehr oder weniger weitgehende Eingriffe gefallen lassen. Es wird zwischen den so genannten relativen und den absoluten Personen der Zeitgeschichte unterschieden: Erstere werden im Zusammenhang mit einem bestimmten Ereignis bekannt (zum Beispiel einer Castingshow); ist dieses beendet, so können sie beanspruchen, wieder in die Anonymität zurückzukehren. Anders die absoluten Personen der Zeitgeschichte: Sie sind soweit in das

Blickfeld der Öffentlichkeit geraten, dass sich das Informationsinteresse nicht auf ein einzelnes Ereignis beschränkt. Dazu könnte man bekannte Politiker oder Musiker zählen. In all diesen Fällen geht das Informationsinteresse weiter als bei «normalen Bürgern».

Privat- und Geheimsphäre stärker geschützt

Bei der Beurteilung, ob eine Persönlichkeitsverletzung vorliegt, ist weiter zu unterscheiden: Soll eine Information grundsätzlich geheim bleiben oder der Öffentlichkeit frei zugänglich sein. Konkret wird zwischen drei Bereichen unterschieden:

- (1.) öffentlicher Bereich,
- (2.) Privat- und
- (3.) Geheimsphäre.

Die Geheimsphäre umfasst Tatsachen, welche einer Person besonders anvertraut wurden. Eine Weiterverbreitung stellt fast immer eine Verletzung der Persönlichkeitsrechte dar. Die Privatsphäre betrifft demgegenüber Lebensvorgänge, die der einzelne nur mit einem begrenzten, ihm nahestehenden Personenkreis teilen will. Dieser ist zwar weiter als bei der Geheimsphäre, aber auch hier ist bei einer Veröffentlichung Zurückhaltung geboten. Diesen beiden Sphären steht der öffentliche Bereich gegenüber: Wird eine Information aus diesem weiterverbreitet, so ist dies in aller Regel keine Persönlichkeitsverletzung.

Zusammenfassend ergibt sich: Grundsätzlich hat jeder Anspruch auf Achtung der Privat- und der Geheimsphäre. Eine Person des öffentlichen Interesses (z.B. ein bekannter Politiker) muss sich allerdings weitergehende Eingriffe in sein Privatleben gefallen lassen als die Normalbürgerin oder der Normalbürger.

Rechtliche Schritte – verschiedene Möglichkeiten

Besteht an einer Veröffentlichung kein überwiegendes öffentliches Interesse und liegt auch keine Einwilligung vor, so kann der in seiner Persönlichkeit Verletzte den Richter anrufen. Das Gesetz sieht verschiedene Möglichkeiten vor:

Jennifer Ann Gerber auf Facebook missbraucht

Die TV-Moderatorin ist Opfer eines dreisten Internet-Betrügers – kein Einzelfall

Mit einem gefälschten Facebook-Profil treibt ein Unbekannter ein fieses Spiel und gibt sich als Ex-Miss-Schweiz Jennifer Ann Gerber aus. Viele ihrer Freunde und auch Prominente sind darauf hereingefallen. Die Fälle von Facebook-Betrug häufen sich.

VON LACHA DOLAN
Jennifer Ann Gerber ist einflussreich: Eine unbekannte Person hat vor wenigen Wochen mit ihrem Foto und ihrem Namen ein Facebook-Profil eröffnet, knüpfte seither schon mehr als 120 Kontakte und flirte beinahe täglich im Facebook-Chat mit Männern: «Ich glaube, ich bin im falschen Film. Es ist unglaublich, dass so etwas überhaupt möglich ist», ärgert sich die PR-Fachfrau und TV-Moderatorin. Zudem gibt die Person eine gefälschte Hotmail-E-Mail-Adresse im Profil an: jennysangerber@hotmail.com.

Falsche Facebook-Profil

Endine Widmer-Schlumpf
Ich bin auch auf Facebook – aber ohne mein Datum, sagte Bundesrätin Endine Widmer-Schlumpf vor kurzem in einem Interview. «Sich was noch darauf zu, dass jemand mit meinem Namen eine Seite eingerichtet hätte, a Mitterweile gibt es vier Widmer-Schlumpf-Profil».

Angelina Jolie
Katie Winslet hat Angelina Jolie als «fiktive» verpackte Kultur gezeichnet. Auf diese Bezeichnung hat sich auch eine falsche Angelina Jolie bei Facebook schlagartig gemeldet. Keine der beiden Hollywood-Stars besitzt aber ein echtes FB-Profil.

Barack Obama
Auch vom amerikanischen Präsidenten Barack Obama gibt es unzählige Facebook-Profil.

Über diese Adresse mailt er mit Freunden von Gerber.
Eine Kollegin hat die Ex-Miss auf den Betrug aufmerksam gemacht. «Sie sagte, sie habe mehrmals mit mir auf Facebook gepochet. Das ist mir aber nicht, denn ich bin auf keiner dieser Plattformen angemeldet». Die unter falscher Identität angemeldeten Personen hat noch mit anderen Freunden gepochet oder Nachrichten geschrieben – und prominente Persönlichkeiten wie Melanie Winiger oder Nadine Venzin sind auf die falschen Anfragen eingegangen.

«SO ETWAS IST ein extremer Eingriff in die Privatsphäre, es ist irreführend und geschäftsschädigend», sagt Gerber. Als sie davon erfuhr, versuchte sie sofort mit Facebook in Kontakt zu treten und schickte ein Beschwerde-Mail. (Es ist sehr mühsam, beim Kunden- und Help-Service durchzukommen. Ständig kamen Verweigerungen der Weiterleitung – und bis jetzt habe ich noch keine Antwort auf mein E-Mail erhalten, so Gerber.)
Sollte das falsche Profil nicht umgehend gelöscht werden, überlege ich mir, rechtlich vorzugehen. Zudem laufe ich, von Facebook zu erfahren, wie dahintersteht. Technisch kann man das anhand der IP-Adresse leicht herausfinden. Auch der Sonntag versuchte mit Facebook und dem Betrüger per Facebook und Hotmail in Kontakt zu treten, doch die Anfragen blieben bisher unbeantwortet.
Jennifer Ann Gerber ist nicht die Einzige, die Opfer der Waise bei Facebook gemeldet wurde: Ich bin auch auf Facebook – aber ohne mein Datum.

sage Bundesrätin Endine Widmer-Schlumpf vor kurzem: «Mir soll was noch darauf sein, dass jemand mit meinem Namen eine Seite eingerichtet hat.» Es tauchen immer mehr gefälschte Profile von Prominenten auf. Der Trend setzt sich «Facebooking» und betrifft vor allem Stars, die gerade besonders populär sind. Von Oscar-Preisträgerin Katie Winslet gibt es derzeit rund ein Dutzend falsche Profile. Aber grundsätzlich kann es jeden Menschen treffen, es laiden sich auch die Klagen von Normalbürgern.

Facebook hat vor zwei Monaten eingestanden, dass es Probleme mit gefälschten Profilen gebe, und nimmt solche angeblich umgehend vom Netz. Der Anbieter hat zu diesem Zweck sogar extra Rechercheteams eingestellt, welche die Authentizität der Profile von VIPs prüfen. Allerdings sind manche der Nachahmungen so gut gemacht, dass bereits mehrfach die Originalen statt der gefälschten Verbindungen der Weiterleitung wurden. So hat Facebook versprochen das Profil von Fussballstar David Beckham gelöscht.

FALLS JENNIFER ANN GERBER rechtlich vorgehen will, stehen ihr Chancen gut: Wer das Profil eines anderen auf Myspace, Facebook oder anderen Plattformen fälscht, muss mit einer klagbaren Strafe rechnen – zumindest in den angelsächsischen Ländern. In Großbritannien wurde ein Fälscher im vergangenen Jahr zu umgerechnet 50 000 Franken Schadenersatz verurteilt. Der Mann hatte ein gefälschtes Profil seiner Ex-Freundin mit kompromittierenden Informationen erstellt.

5 Tipps für Privatsphären-Einstellungen, die jeder Facebook-Benutzer kennen sollte

Freundschaften
Mithilfe der Freundschaften können Freunde in Gruppen unterteilt werden. Folgende Punkte sind wichtig zu wissen: Jeder Freund kann einer oder mehreren Freundschaften angehören. Freundschaften sollten wie «Tags» benutzt werden und jeder Freundschaft können individuelle Privatsphären-Einstellungen zugewiesen werden. Typische Benennungen für Freundschaften sind z. B. «Freunde», «Familie», «Schulzeitgenossen», «Schulfreunde», «Schulbarn». So können etwa Fotos nur einzelnen Gruppen zugänglich gemacht werden: Fotos von Familienfesten für Familienmitglieder, Fotos vom Betriebsfest nur für Arbeitskollegen und so weiter. Die Freundschaften können im Bereich «Freunde» verwaltet werden.

Google-Suche ausschalten
Facebook bietet die Möglichkeit an, dass man sich aus der öffentlichen Suche via Google (und anderen Such-

Kontaktinformationen verbergen
Oftmals befinden sich unter den Facebook-Freunden nicht nur enge Freunde, sondern auch geschäftliche Kontakte oder entfernte Bekannte. Nicht allen möchte man aber öffentliche Kontaktadressen wie Mobil-Nummer und E-Mail-Adresse anzeigen. Die Einstellungen für die Kontaktinformationen können im Bereich «Privatsphäre-Einstellungen» (Profil) Kontaktinformationen vorgenommen werden. Auch hier lassen sich benutzerdefinierte Einstellungen nach Freundschaften vornehmen. Und nicht alle der verbundenen Freunde mögen es, dass ihr Profil öffentlich gemacht wird. Das Durchsuchen der Freundschaften durch Dritte oder weitere Freunde kann in den Einstellungen «Privatsphäre-Profil» kontrolliert werden.

Persönliche News-Feed-Einträge
Ob Trennung, Scheidung oder Beziehungsdöring:

line gestellt, Frau Gerber kann wegen Verletzung des Persönlichkeitsrechts zivilrechtlich gegen Facebook vorgehen, sagt der renommierte Schweizer Medien-Anwalt Dr. Georg Gremmelspacher.

«Die kann zudem eine Strafanzeige einreichen gegen die unbekannte Person, welche das Facebook-Profil und die Hotmail-E-Mail-Adresse unter fremdem Namen missbraucht.»

Schutz vor Foto-/Video-Tag-Fehler
Eines der häufigsten Facebook-Probleme ist die ebenso genaue Funktion, Fotos oder Videos mit Personen zu verknüpfen. Ein anderer Facebook-Benutzer macht ein kompromittierendes Foto von einem anderen Benutzer. Ist dieses hoch und verlinkt es mit der Person auf dem Bild. Dieses Bild ist grundsätzlich für alle Facebook-Benutzer öffentlich sichtbar. Entsprechende persönliche Bilder haben bereits zu Klagen oder Trennungen in Beziehungen geführt. Ob ein durch einen Dritten hochgeladenes Bild für



Jennifer Ann Gerber prüft eine Klage gegen Facebook.

In vielen Fällen ist es sinnvoll, vor dem Gang zum Richter denjenigen anzuschreiben – falls bekannt –, der den persönlichkeitsverletzenden Text ins Internet gestellt hat. Sollte darauf keine Reaktion erfolgen, so kann man sich an das Unternehmen wenden, das die Informationen auf einer Webseite veröffentlicht (sog. Content-Provider).

Allerdings ist festzuhalten, dass die Durchsetzbarkeit in der Praxis oft Mühe bereitet. Gefordert wäre der Gesetzgeber: Unternehmen, die in der Schweiz eine Internet-Dienstleistung anbieten, sollten verpflichtet sein, hier auch einen Sitz (d.h. Gerichtsstand) zu schaffen.

Strafrecht und Urheberrecht

Die Persönlichkeit wird aber nicht nur durch das Zivilgesetzbuch geschützt, sondern auch durch das Strafrecht. Wer im Internet angeschwärzt wird, ohne dass die behauptete Tatsache stimmt oder der Beschuldigte beweist, dass er ernsthafte Gründe hatte, sie für wahr zu halten (üble Nachrede), oder wer gar wider besseres Wissen verunglimpft wird (Verleumdung), kann an den Strafrichter gelangen. Agiert der Täter jedoch anonym, so ist es oft schwierig, ihn zu ermitteln.

Wer Texte, Audio- oder Videodateien veröffentlicht, die nicht von ihm stammen, kann, wenn der Urheber mit der Veröffentlichung nicht einverstanden ist, mit dem Urheberrecht in Konflikt geraten. Möglich ist allerdings ein Zitat unter Angabe der Quelle. Zudem darf nur so viel aus dem ursprünglichen Werk entnommen werden, wie zur Veranschaulichung oder Erläuterung notwendig ist.

Bei einer drohenden Persönlichkeitsverletzung kann die betroffene Person beantragen, diese zu verbieten. Bei besonderer Dringlichkeit kann dies mittels einer superprovisorischen Massnahme – d.h. ohne Anhörung der Gegenpartei – angeordnet werden.

Ist der persönlichkeitsverletzende Text jedoch bereits online, so kommt lediglich noch eine Beseitigung- oder eine Feststellungsklage in Betracht. Damit kann eine bestehende Verletzung beseitigt – zum Beispiel durch das Löschen eines Interneteintrages – oder deren Widerrechtlichkeit festgestellt werden. Auf Verlangen des Geschwärteten kann der Richter zusätzlich die Veröffentlichung des Urteils anordnen.

Diese Klagen können alle auch mit einem Schadenersatz-, Genugtuungs- und Gewinnherausgabeanspruch verknüpft werden. Letzterer gestaltet sich in der Praxis allerdings als relativ schwierig, müssen doch in einem ersten Schritt klargewesen die notwendigen Informationen

eingefordert werden, bevor in einem zweiten Schritt die zahlenmässig konkretisierte und substantiierte Forderung geltend gemacht werden kann. Dazu kommt, dass sich die Höhe eines Gewinnes oft nur schwer bestimmen lässt.

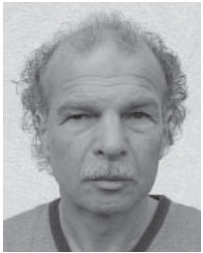
Das Problem der Durchsetzbarkeit

Bei Ausfälligkeiten im Internet hat der Kläger im zivilrechtlichen Prozess alle Beweise vorzulegen und auch Namen zu nennen. Oft bleiben aber Blogger anonym. Die Durchsetzung des Rechts wird damit – bedauerlicherweise – schwierig.

Beim Internet als global umspannendes Netz stellt sich weiter die komplexe Frage des Gerichtsstandes. Bei einer zivilrechtlichen Persönlichkeitsverletzung kann die verletzte Person beim Gericht in der Schweiz klagen, und zwar am Wohnsitz oder am Sitz einer der Parteien. Steht gegen einen Beklagten keiner dieser Orte zur Verfügung, so werden Handlungs- oder Erfolgsort zum Gerichtsstand. Dies ist oft der Wohnsitz des Klägers, der in seinen Persönlichkeitsrechten verletzt ist.

Dr. Georg Gremmelspacher
absolvierte das Rechtsstudium an der Universität Basel. Nach dem Lizentiat und dem Advokaturexamen promovierte er zum Dr. iur. an der Universität Basel. Er ist Partner bei der Advokatur Gremmelspacher Bürkli Biaggi und Dozent für Medienrecht.

Der Presserat als Instrument der Medienselbstkontrolle



Philipp Cueni
Präsident a.i. der Stiftung
Schweizer Presserat.ch
ssm.medien@magnet.ch

Wer seine Person, sein Unternehmen oder Dritte von Schweizer Medien unkorrekt behandelt fühlt, hat die Möglichkeit, verschiedene Schlichtungs- und Beschwerdeinstanzen anzurufen. Das Radio- und Fernsehgesetz verpflichtet Schweizer Radio- und TV-Veranstalter, eine Ombudsstelle für die Behandlung von Programmbeschwerden zu benennen. Wenn diese den Konflikt nicht zur Zufriedenheit des Klägers zu lösen vermag, kann die unabhängige Beschwerdestelle UBI angerufen werden. Der Schweizer Presserat ist, trotz seines historisch bedingten Namens, für alle Medien zuständig. Die Organisation wird von Journalistenverbänden und Medienunternehmen getragen; das operationelle Gremium wird mit Journalisten besetzt und mit Publikumsvertreterinnen und -vertretern ergänzt. Es steht dem Publikum und den Medienschaffenden als Beschwerdeinstanz für medienethische Fragen zur Verfügung. Der derzeitige Präsident der Stiftung Schweizer Presserat ist der Basler Medienschaffende Philipp Cueni, im Hauptberuf Deutschschweizer Chefredaktor des Medienmagazins EDITO + KLARTEXT.

Philipp Cueni, wer steht hinter dem Schweizer Presserat?

Der Presserat ist im Dezember 1977, einem gesamteuropäischen Trend folgend, vom damals grössten Journalistenverband der Schweiz gegründet worden. 1999 stiessen neu entstandene Journalistenverbände und der Verein der Chefredaktoren zur Trägerschaft. 2007 schlossen sich dann die Medienunternehmen inklusive die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG der Stiftung «Schweizer Presserat» an. Heute kann man sagen: Die gesamte Branche steht hinter dem Presserat. Formal ist die Trägerschaft eine Stiftung. Das operative Organ steht aktuell unter dem Präsidium von Dominique von Burg.

Wer alimentiert die Stiftung? Wer finanziert den Rat?

Die Organisationen der Trägerschaft finanzieren zu mehr oder weniger gleichen Teilen. Auf Grund der Sitzverteilung in der Stiftung kann keine Gruppe die anderen dominieren. Wir sind im übrigen sehr schlank organisiert und brauchen wenig Geld. Das Sekretariat mit einer 75-Prozent-Stelle für einen Medienanwalt muss als Infrastruktur genügen. Die Stiftungs- und Presseratsmitglieder arbeiten für sehr geringfügige Entschädigungen.

Über welche Arbeitsinstrumente verfügt der Rat?

Basis und Herzstück der Arbeit des Schweizer Presserats ist die «Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten» (s. S. 8; Red.). Sie gilt seit der Gründung des Schweizer Presserats und wurde zuletzt im Juni 2008 revidiert. Sie gehört heute, zusammen mit den konkreteren «Richtlinien», zum Grundangebot jeder Journalisten-Ausbildung. Dieser «Kodex» diente dem Rat seit 1991 in über 850 behandelten Fällen als Leitlinie. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse und erarbeiteten «Stellungnahmen» bilden einen reichhaltigen Fundus im Umgang mit heiklen journalistischen Situationen.

Wer kann den Presserat anrufen?

Im Prinzip jedermann. Aufgrund seiner Geschichte sind es aber in der Praxis vor allem Leserinnen und Leser sowie Akteure aus der Berichterstattung – Politiker, Wirtschaftsvertreter, VIP –, die an den Presserat gelangen. Der Presserat ist ein wichtiger Teil der Selbstkontrolle. Die Medien haben als Vierte Gewalt die Aufgabe, Politik, Gesellschaft und Wirtschaft zu kontrollieren. Diese verantwortungsvolle Arbeit müssen sie transparent ausführen und deshalb ihrerseits kontrolliert werden. Andernorts, wie beispielsweise aktuell in Ungarn, übernimmt das der Staat. Das ist gefährlich. Wir setzen auf ein System der Selbstkontrolle. Sich an eigenen Regeln zu messen, eine ethische Berufsdebatte zu führen ist ein Zeichen der Stärke und soll zur Glaubwürdigkeit unserer Medien beitragen.

Wann schaltet sich der Presserat wo ein?

Der Presserat ist kein Aufsichtsorgan, keine «Medienpolizei», die aufpasst, ob ein Journalist seine Pflichten verletzt und dann von sich aus aktiv wird. In den meisten Fällen reagiert das Gremium auf konkrete Beschwerden. Es kommt allerdings auch vor, dass das Handeln der Medien derartiges Aufsehen erregt, dass die Meinung des Presserats öffentlich gefragt ist, wie jüngst in der «Affäre» Hildebrand. Eine dritte Variante kommt zum Tragen, wenn der Rat aus eigener Initiative neue Trends und Fragestellungen in den Medien aufgreift und untersucht, ob es dabei aus dem Blickwinkel von Fairness und Ethik spezielle Probleme zu benennen gibt.

A propos «Affäre Hildebrand»: Wie agierte der Rat in diesem Fall?

Im Umfeld der Berichterstattung forderten Kommentatoren anderer Medien, aber auch Stimmen aus Politik und Wirtschaft, eine medienethische Beurteilung durch den Schweizer Presserat. In dieser Forderung widerspiegelt sich das Gewicht, das unsere Institution und seine Stellungnahmen in den vergangenen 20 Jahren gewonnen haben. Schnelle Beurteilungen sind aber nicht Sache des Presserats, da sind wir in einem Dilemma. Wir müssen ja immer gewärtigen, dass im Nachhinein noch eine Beschwerde eingereicht wird, wie das im erwähnten Fall von der Bank Sarasin auch gemacht wurde. Dann wird gründlich abgeklärt und beraten. Deshalb durften wir uns nicht schon vorher materiell festlegen. Aber wir können bereits in der aktuellen Debatte die handwerklich-ethischen Standards einbringen und auf frühere, ähnlich gelagerte Fälle Bezug nehmen.

Kann ein Presse-Rabe überhaupt dem anderen ein Auge aushacken?

Mit dieser Skepsis werden wir hie und da konfrontiert. Um diese Optik zurechtzurücken, verweise ich auf eine Besonderheit: Die 21 Sitze im operativen Rat sind zu knapp einem Drittel von Publikumsvertretern besetzt. In jeder der drei Kammern, die sich mit den einzelnen Fällen befasst, sitzen zwei Nicht-Journalisten – Leute, die zum Beispiel von ihrer beruflichen

Herkunft her ein Interesse haben, Medien und ihre Arbeit zu verfolgen wie etwa der Basler Jurist, Anwalt und Mediator Dr. Peter Liatowitsch oder Dr. Markus Locher, Lehrer an der Wirtschaftsmittelschule Reinach. Im übrigen wird die Hackhemmung des Raben nicht nur in Journalistenkreisen durch eine gewisse Neigung zur Kollegenschelte wieder aufgehoben. Journalistinnen und Journalisten belehren in ihren Publikationen ja auch Kolleginnen und Kollegen anderer Medien über guten und weniger guten Journalismus. Und nicht zuletzt gibt es natürlich eine Ausstandsregel. Wenn zum Beispiel eine Klage gegen den «Blick» debattiert wird, sitzt das Presseratsmitglied von Ringier nicht in der Kammer. Und schliesslich zeigt die Statistik, dass viele Beschwerden gutgeheissen werden.

der Beschwerde ist, informiert. Seine Stellungnahme fliesst ins Dossier ein, über das anschliessend in der Kammer diskutiert wird. Diese Debatte ist das eigentliche «Filetstück» unserer Arbeit und kann sehr intensiv verlaufen. Für die Verabschiedung ihrer Stellungnahme benötigt die Kammer eine Mehrheit. Können zwei Mitglieder des ganzen Rats den Beschluss nicht akzeptieren, geht der Fall automatisch ins Plenum. Schliesslich wird die ausführliche Stellungnahme inklusive Vorgeschichte, Debatte und Entscheid publiziert. Das ist ein sehr aufwändiges, dafür transparentes Verfahren. Aber es geht uns nicht nur um die Stellungnahmen, um «richtig» oder «falsch». Wir wollen das Verständnis für die ethische Verantwortung des Journalismus schärfen und das Bewusst-

liche Interesse an einem Thema – im Sinne von Relevanz für das gesellschaftliche Funktionieren – die Medien, Namen zu nennen, Personenbilder zu veröffentlichen oder sehr nah an der Person zu recherchieren? Regelmässig geht es auch um schwere Vorwürfe, ohne dass die Betroffenen dazu haben Stellung nehmen können, um Vorverurteilungen, Umgang mit internen Akten (Stichwort «Whistleblowing»), Rechtmässigkeit versteckter Recherche, um die Veröffentlichung schockierender Bilder, die Berichterstattung bei Suizid, Unglücksfällen, Verbrechen oder Gerichtsfällen, um den medialen Umgang mit Tätern, Opfern und Angehörigen.

Wie beurteilen Sie die heutige Akzeptanz und Wirkung des Presserats?

Eine kleine externe Studie und das generelle Echo aus Fach- und Publikumskreisen zeigen, dass die Akzeptanz des Rats und seiner Stellungnahmen in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen hat. Das Gremium und seine Leitplanken sind in der Öffentlichkeit in Fragen der Medienethik präsenter als in seinen Anfängen und gelten als Referenz. Zur Glaubwürdigkeit der Instanz trägt auch die Regel bei, dass Redaktionen die Rügen zu ihren Publikationen im eigenen Medium vermelden. Nachwuchssorgen haben wir auch keine: Scheidet ein Ratsmitglied wegen der geltenden Amtszeitbeschränkung auf 12 Jahre aus, können wir auf eine Warteliste mit qualifizierten Journalistinnen und Journalisten aus allen Mediengenenres und Landesteilen zurückgreifen.

Interview: Roger Thiriet

Schweizer Presserat

Sekretariat
Postfach 201
CH-3800 Interlaken

info@presserat.ch
www.presserat.ch



Auf der Website des Presserates finden Sie alle Stellungnahmen, den Kodex mit den Richtlinien und die personelle Zusammensetzung von Stiftungsrat und Presserat.

Wie verläuft eine typische Debatte des Presserats?

Eine Anfrage erreicht uns über das Sekretariat des Presserats. Handelt es sich um eine immer wiederkehrende und vom Rat längst behandelte Frage wie die Leserbrief-Thematik (darf die Redaktion Leserzuschriften kürzen?), wird sie über das Präsidium beantwortet. Andernfalls wird die Klage zum «Dossier», das einer der drei Kammern des Presserats vorgelegt wird. Alternierend bereitet ein Mitglied die Thematik auf, was in der Regel ein bis zwei Arbeitstage in Anspruch nimmt. In dieser Phase wird auch der Journalist, dessen Arbeit Gegenstand

sein für heikle Situationen und die dabei ethisch notwendigen Überlegungen stärken. Dazu haben wir soeben ein Buch mit dem Titel «So arbeiten Journalisten fair» herausgegeben und machen seit einem halben Jahr auch Redaktionsbesuche. Das wird geschätzt und führt zu spannenden Diskussionen.

Welche Themen führen die Presserat-«Hitparade» an?

An der Spitze der Rangliste medienethischer Fragestellung stehen Aspekte des Persönlichkeitsrechts. Wann ist in einem Beitrag eine Persönlichkeitsverletzung gegeben? Und wann legitimiert das öffent-

Philipp Cueni

Geboren 1952 in Basel, Chefredaktor des Medienmagazins «EDITO + KLARTEXT», Präsident des Vereins «Qualität im Journalismus» und Dozent für Medienethik an der Journalistenschule MAZ.

Auszug aus dem Presserkodex

Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten

Die Journalistinnen und Journalisten lassen sich bei der Beschaffung, der Auswahl, der Redaktion, der Interpretation und der Kommentierung von Informationen, in Bezug auf die Quellen, gegenüber den von der Berichterstattung betroffenen Personen und der Öffentlichkeit vom Prinzip der Fairness leiten. Sie sehen dabei folgende Pflichten als wesentlich an:

1. Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.

2. Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.

3. Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder und Töne, deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäußerte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.

4. Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.

5. Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.

6. Sie wahren das Redaktionsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.

7. Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Personen, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.

8. Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische

Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.

9. Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.

10. Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen vonseiten der Inserentinnen und Inserenten.

11. Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

Auszug aus der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» vom Dezember 1999, revidiert im Juni 2008. Der vollständige Kodex, der mit einer Präambel beginnt und auch die Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten umfasst, ist unter www.presserat.ch abrufbar.

IMPRESSUM Nummer 1/2012, erscheint viermal jährlich.

HERAUSGEBER: Handelskammer beider Basel (info@hkbb.ch), Advokatenkammer Basel, Basellandschaftlicher Anwaltsverband (sekretariat@advokaturbahnhof.ch)
grosszügig unterstützt von der Jubiläumstiftung La Roche & Co (jubilaeumstiftung@larochebanquiers.ch)

REDAKTION: Dr. iur. Alexander Filli, Dr. iur. Roland Gass, Dr. iur. Urs D. Gloor, MLaw Andrea Tarnutzer-Münch, lic. phil. I Roger Thiriet

LAYOUT: Elmar Wozilka, Handelskammer beider Basel, Druck: bc medien ag, Arlesheim

ADRESSE: «tribune», Aeschenvorstadt 67, Postfach, 4010 Basel Telefon: +41 61 270 60 61 Telefax: +41 61 270 60 65 E-mail: tribune@hkbb.ch

Tribune ist eine offizielle Publikation der herausgebenden Organisationen für deren Mitglieder.

Der Abonnementspreis ist im Mitgliederbeitrag inbegriffen. Für Nichtmitglieder kostet das Jahresabonnement CHF 20.–

AZB

CH-4010 Basel
P.P / Journal

tribune