

Geistiges Eigentum an Straftaten - Die Vermarktung von Straftaten

Britta Helbing, Buchholz

(zu Aden, ZRP 2007, 265)

Der von Aden publizierte Beitrag zur medialen Auswertung von Straftaten bedarf aus dem Blickwinkel eines Nichtjuristen nachfolgender Ergänzung: Die Vermarktung von Straftaten ist augenscheinlich in unserer Gesellschaft akzeptiert, der Scheckbuch-Journalismus Normalität. Geregelt gehört nur, wer Zugriff auf die gezahlten Gelder haben darf. Bisher waren es vorwiegend der Straftäter und sein Strafverteidiger, die Gewinn aus der Vermarktung zogen. Das Opferanspruchsgesetz gesteht nun auch den Opfern durch das Pfandrecht einen Zugriff auf das von den Medien gezahlte Geld zu. Beabsichtigt ist, zu regeln, dass auch die Opferschutzverbände bedacht werden können.

Aufmerksamen Beobachtern fällt auf, dass immer wieder Tatverdächtige, die nicht vermögend sind, von Strafverteidigern vertreten werden, die einen starken Bekanntheitsgrad haben und entsprechend hohe Honorarforderungen stellen können. Es sind stets spektakuläre Fälle, bei denen zu erwarten ist, dass das Interesse der Öffentlichkeit und der Medien groß ist, der Name des Anwalts werbewirksam in der Presse und im Fernsehen erscheint und zu erwarten ist, dass durch Exklusivbeiträge des Straftäters enorme Beträge zu erzielen sind. Immer häufiger lassen Strafverteidiger sich von ihren Mandanten die aus der Vermarktung der Straftat in den Medien erzielten Beträge abtreten, um ihre Honoraransprüche zu befriedigen. Sie sind es für gewöhnlich auch, die für ihre Mandanten die Verträge mit den Medien aushandeln und für die Lebensberichte des Täters, für Tatschilderungen und Exklusivbeiträge hohe Summen fordern und oftmals auch erhalten. Im Fall *Vera Brühne*, vertreten durch Rechtsanwälte *Moser* und *Pelka*, zahlte die *Neue Illustrierte*. Die Tochter *Brühnes* verkaufte ihre Erinnerungen an die Revue. *Marianne Bachmeier*, vertreten durch *Uwe Maeffert*, verkaufte ihre Lebensgeschichte gegen ein Honorar von 100000 DM dem Stern. Die Anwältin *Isolde Öchsle-Miesfeld* bot der Agentur Action Press die Beichte *Werner Pinzners* für 35000 DM an, die der Stern dann für 50000 DM von dieser übernahm. Der wegen betrügerischen Bankrotts und Kreditbetrugs festgenommene *Jürgen Schneider* erhielt für ein Exklusiv-Interview von Sat 1 und Focus 250000 DM, nachdem die Versuche seines Anwalts *Yitzhak Goldfine*, mit dem Spiegel und dem Stern handelseinig zu werden, an den horrenden Summen und dem Vertragsentwurf scheiterten. *Gerhard Strate* handelte mit dem Stern für ein Exklusivinterview seiner Mandantin *Monika Weimar* einen Betrag von 80000 DM aus, zu zahlen zuzüglich Mehrwertsteuer an die Beklagte zu seinen Händen. *Bernd Schneider* schaffte es, dass der Spiegel für einen Exklusivbeitrag dem Nebenkläger *Reinhard Weimar* Geld zahlte und *Kevin Pratt*, der Geliebte *Monika Weimars*, erhielt von Spiegel-TV 15000 DM. Des Weiteren erfolgten Zahlungen für Exklusiv-Interviews mit *Konrad Kuhjau*, *Werner Pinzner*, *Rolf Diesterweg*, *Hans-Jörg Rösner/Dieter Degowski*. (Tillmanns, Mediale Vermarktung von Verbrechen und Grundsätze eines fair trial, <http://www.kanzlei-prof-schweizer.de/bibliothek>, S. 2-4)

Der bereits oben erwähnte Anwalt *Goldfine* bot dem Finanzjongleur und Betrüger *Harksen* an, ihn für eine Million DM aus dem Kapstädter Knast zu holen und soll nach Aussage seines Mandanten 25000 Dollar erhalten haben (Hamburger Abendblatt, 2. 4. 2003). Der gleiche bemühte sich, Filmrechte über das Leben des Mehrfachmörders *Thomas Holst* nach Amerika zu verkaufen. Als er damit nicht erfolgreich war, versuchte er, mit einer Exklusivberichterstattung die Hochzeit des Mörders mit der Therapeutin Segal zu vermarkten. Von November 2007 bis Januar 2008 bot ein Hamburger Anwalt sowohl dem Stern als auch dem Spiegel für 100000 Euro ein Video an, das einen prominenten Expolitiker in kompromittierenden Situationen zeigte. Er nahm dieses Video zur Begutachtung und zum Vertrieb an, obschon er den Anbieter lediglich per Mail kannte und der angegebene Name offensichtlich ein Pseudonym war. (Hamburger Abendblatt v. 13. 3. 2008 und Panorama die Reporter v. 17. 7. 2008).

Das Vorgehen dieser Strafverteidiger erregt Aufsehen und fordert Kritik heraus. Bei ihrer anwaltlichen Tätigkeit lassen sie sich augenscheinlich von starken kaufmännischen Intentionen leiten. Nach *Tillmanns* kann dadurch eine Verquickung persönlicher Interessen am Honorar und sachlicher Interessen an einer wirksamen Verteidigung des Mandanten entstehen (*Tillmanns*, S. 12). Moralisch-ethische Gesichtspunkte werden augenscheinlich von den Strafverteidigern völlig außer Acht gelassen, die Wirkung ihrer Aktionen auf die Opfer nicht wahrgenommen. Diese empfinden das Vorgehen als ungeheuerliche Provokation. Durch die von den Anwälten initiierte Präsenz in den Medien werden die Geschädigten immer wieder mit dem Verursacher

ihrer Leiden konfrontiert und müssen erfahren, dass der Täter aus der Straftat durch die Vermarktung auch noch Gewinne erzielt. *Heinze* weist darauf hin, dass das Opfer durch die Darstellungen in der Öffentlichkeit zusätzlich verletzenden, schädigenden Folgen ausgesetzt ist (vgl. *Tillmanns*, S. 21, Zitat 114).

In dem Schreiben vom 2. 11. 1996 an den Bundesminister der Justiz *Edzard Schmidt-Jortzig* monierte die Autorin das Verhalten von Strafverteidigern, die für sich und ihre Mandanten Pfründe erwirtschaften, indem sie die Straftat vermarkten ([www. Strafrecht-aus-Opfersicht.de.vu](http://www.Strafrecht-aus-Opfersicht.de.vu)). Die Bundesrechtsanwaltskammer legt in den Thesen zur

Strafverteidigung in Abschnitt VIII zwar dar, dass die Vermarktung der Straftaten durch den Beschuldigten nicht Aufgabe der Verteidigung sei und dass der Anwalt im Regelfall an einer solchen Vermarktung nicht mitwirken solle, räumt aber ein, dass er mit Einwilligung des Mandanten Geldzahlungen der Medien für Informationen annehmen darf (Thesen zur Strafverteidigung der Bundesrechtsanwaltskammer, 1992 Abschnitt VIII, These 58-60). So ist es wohl auch zu erklären, dass die Täter stets vermögenslos sind, wenn Opfer vor den Zivilgerichten materielle oder immaterielle Schäden einklagen, obschon der Angeklagte seine Straftat durch Mittelsmänner oder seinen Strafverteidiger an die Medien verkaufte.

Mit dem am 8. 5. 1998 in Kraft getretenen Opferanspruchssicherungsgesetz (OASG - BGBl I, 905) will der Gesetzgeber den Opfern einen Zugriff auf die durch die Vermarktung der Straftat geflossenen Gelder ermöglichen. Es wird ihnen ein Forderungspfandrecht eingeräumt. In der Konferenz der Justizminister vom 17. und 18. 6. 2004 wurde die Praxis der medialen Vermarktung von Straftaten unter dem Gesichtspunkt der Abschöpfung daraus resultierender Vermarktungsgewinne erörtert. Man stellte fest, dass die Ansprüche der Opfer von Straftaten auf dem Gebiet des Zivilrechts durch ein im OASG normiertes gesetzliches Forderungspfandrecht an Honoraransprüchen von Tatbeteiligten, die diese durch die Vermarktung der Tat in den Medien erlangt haben, gesichert sind (www.deutsche-justizgewerkschaft.de/Bundesleitung, S. 4, Mediale Vermarktung von Straftaten). Das sieht die Autorin anders. In ihren Augen ist das OASG ein zahnloser Tiger, denn die Opfer werden kaum erfahren, wer, wo, was gezahlt hat und an wen die Zahlungen gingen. Einen Nachweis und Beleg dafür zu erbringen, dürfte ihnen schwer fallen oder überhaupt nicht möglich sein. *Stenger* sieht die Umsetzung des OASG ebenfalls kritisch. „Der Auskunftsanspruch muss als Herzstück und gleichzeitig Achillesferse des OASG bezeichnet werden. § 4 S. 1 OASG verschafft dem Opfer durch seine Wortwahl „Bestehen und Umfang“ der Forderung nicht die Möglichkeit, Informationen über Forderungsinhaber und Forderungsgegner zu erhalten. ... Wird (freiwillig) keine Auskunft über mögliche (weitere) Schuldner oder Gläubiger erteilt, so wird es für das Opfer schwer, weitere Forderungen zu individualisieren, auf die es nach § 7 i.V. mit § 6 OASG, §§ 1282 II, 1290 BGB zugreifen kann. Eine Überarbeitung des § 4 OASG im Hinblick auf den Umfang der zu gewährenden Auskunft ist daher zwingend erforderlich“ (*Stenger*, Das Opferanspruchssicherungsgesetz, 2006, S. 210, 11.). *Cymutta* gesteht ebenfalls ein, dass das OASG in der Anwendung Probleme macht, möchte die Ansprüche der Opfer aber vorrangig befriedigt sehen und fordert, dass es angewandt wird (*Cymutta*, ZRP 2008, 67). Dahingegen sieht die Autorin für die Umsetzung der von *Aden* (ZRP 2007, 265) vorgeschlagenen Gesetze, um dem „Scheckbuch-Journalismus“ zu begegnen, keine reale Chance zur Verwirklichung. Dem steht das Presserecht entgegen. Des Weiteren stößt die Idee, aus der Vermarktung von Straftaten anfallende Gelder in einen Fonds zu geben, der staatlich verwaltet wird, auf Ablehnung, da hohe Verwaltungskosten anfallen und zu befürchten ist, dass - wie so oft - auch diese Gelder im Staatshaushalt verschwinden. *Tillmanns* ist der Meinung, „da sich gesetzliche Vorkehrungen im grundrechtsrelevanten Bereich als ultima ratio erweisen und darüber hinaus auch keine strafprozessrechtlichen Novellierungsempfehlungen existieren, sollten sich in diesem Bereich die jeweiligen Berufsgruppen auf standesrechtlicher Ebene aufgerufen fühlen, die Gefährdungen abzubauen.“ Er ist der Meinung, dass sowohl die Strafverteidigervereinigung als auch die Journalisten- und Verlegerverbände über geeignete Instrumentarien verfügen, um der Vermarktung von Straftaten entgegenzuwirken (*Tillmanns*, S. 22). Wenn dem so ist, könnte Übereinkunft aller Medien sein, generell von Zahlungen Abstand zu nehmen, wenn es sich um eine Straftat handelt. Einem Angeklagten oder einem Verurteilten Geld zu bieten, damit er sich über seine Person und sein Verbrechen auslässt, ist eine Ungeheuerlichkeit! Auch die Entlohnung der Opfer für die Gewährung voyeuristischer Einblicke ist moralisch fragwürdig.

Strafverteidiger sollten sich auf ihre ursächliche Aufgabe besinnen. Sich dafür einzusetzen, dass die Straftat ihres Mandanten vermarktet wird und sich die daraus fließenden Gelder als Honorar übertragen zu lassen, ist als sittenwidrig anzusehen und nicht vereinbar mit dem Berufsethos. Es sollten standesrechtliche Konsequenzen gezogen werden. Um der Vermarktung von Verbrechen Einhalt zu gebieten, käme auch in Betracht, diese unter Strafe zu stellen.