



Foto: Carmen Lechtenbrink

## MEDIENANWÄLTIN

# Dr. Patricia Cronemeyer

**Auf sie setzen nicht nur Stars und Prominente, um ihre wertvolle Privatsphäre zu schützen: Medienanwältin Dr. Patricia Cronemeyer kämpft für den guten Ruf ihrer Mandanten. Wir trafen sie zum Gespräch.**

**Liebe Frau Dr. Cronemeyer, Sie bewegen sich parkettsicher in der Welt der Prominenz aus Wirtschaft, Showbusiness und Sport, man sieht Sie oft Seite an Seite mit berühmten Persönlichkeiten auf dem roten Teppich und Sie haben ein Büro in Hollywood. Ist da ein Kindheitstraum wahr geworden?**  
Keineswegs – ich bin sehr bodenständig in ländlicher Umgebung aufgewachsen, da waren wir weit entfernt von jedem Glamour. Die Tiere auf dem Bauernhof in unserer Nachbarschaft haben mich viel mehr interessiert als Stars und Sternchen, und ich habe lieber auf dem Tennisplatz gestanden als vor dem Fernseher zu sitzen.

**Was hat Sie bewogen, Jura zu studieren und sich dann auf Medien- und Persönlichkeitsrecht zu spezialisieren?**  
Auch wenn es uns Anwälten immer gut zu Gesicht steht: Die Affinität

zu Rechtsfragen war mir weder in die Wiege gelegt, noch habe ich schon als Schulkind das Recht als Instrument der Gerechtigkeit entdeckt. Bei der Wahl meines Studienfachs waren vielmehr die analytischen und strategischen Aspekte des Rechtswesens ausschlaggebend, das hat mich angesprochen und fasziniert. Die erste Berührung mit dem Presserecht hatte ich während meines Referendariats, als es um die Frage ging, ob der Autovermieter Sixt Werbung mit dem Politiker Oskar Lafontaine machen darf. Nachhaltig geprägt hat mich dann aber ein Fall aus meinen ersten Berufsjahren: Paparazzi hatten sich bei einer prominenten Persönlichkeit auf die Lauer gelegt und auf ehrlose und herabwürdigende Weise intime Details aus seiner Privatsphäre „enthüllt“. Dabei wurde kurz nach dessen Ableben sogar die Mülltonne durchsucht, um der Öffentlichkeit seine letzten Gebrauchsgegenstände, unter anderem eine Windel, zu präsentieren. Der Fall hat mich menschlich tief berührt und für meinen weiteren beruflichen Weg die Weichen gestellt.

### Sind alle Ihre Mandanten berühmt?

Für mich macht es keinen Unterschied, ob jemand im Rampenlicht steht oder gänzlich unbekannt ist. Ich betreue Menschen, über die etwas behauptet wird, was sie für Unrecht halten. Es liegt allerdings in der Natur der Sache, dass diese Art von Berichterstattung vor allem Personen trifft, an denen die Öffentlichkeit ein großes Interesse hat. Das sind heute indes nicht nur Prominente aus dem Showbiz, sondern zunehmend auch Repräsentanten bekannter Unternehmen, Organisationen aus dem Gesundheitswesen, Startup-Gründer oder reichweitenstarke Influencer.

### In Ihren Vorträgen und Publikationen üben Sie massive Kritik am Geschäftsmodell der Medienmarken und Verlagshäuser. Was macht Sie daran so wütend?

Der Gesetzgeber räumt dem Schutz der Persönlichkeitsrechte aus gutem Grund einen hohen Stellenwert ein. „Die Würde des Menschen ist unantastbar“, steht in unserem Grundgesetz. Immer wieder erlebe ich in meinem beruflichen Alltag, dass Verlage und Herausgeber dieses hochrangige Recht bildlich gesprochen mit Füßen treten. Was zählt, ist allein die reißerische Schlagzeile, das intime Foto oder die böse Behauptung. Der Umsatz muss stimmen, die Investoren sollen mit Erfolgsbilanzen bei Laune gehalten werden. Welche Folgen das für die betroffenen Personen hat, ist für die Verbreiter dabei völlig irrelevant.

### Fällt das nicht unter Pressefreiheit?

Darauf berufen sich die Medien in solchen Fällen gern, was mich nicht nur als Anwältin, sondern auch ganz persönlich auf die Barrikaden bringt. Die Pressefreiheit ist in unserer demokratischen Grundordnung verankert, um als „öffentlicher Wachhund“ die gesellschaftlichen Instanzen mit kritischer Berichterstattung kontrollieren zu können. Was hat es allerdings mit Pressefreiheit zu tun, wenn allein zum Zwecke des Profits Personen mittels Falschinformationen oder beleidigender Inhalte diskreditiert werden? Zumal ich es immer wieder erlebe, dass den Herausgebern das Unrecht ihres Handelns im Vorfeld völlig bewusst ist – aber die drohende Strafe in Form von Schadensersatz oder gar in Form einer Geldentschädigung billigend in Kauf genommen wird. Ein zynisches Rechenexempel: Der Gewinn aus dem Eingriff in die Persönlichkeitsrechte „rechnet“ sich.

### „Wer das Publikum sucht, muss Neugier in Kauf nehmen – die Prominenten verdienen damit schließlich ihren Lebensunterhalt“, heißt es da gerne.

Das stimmt, soweit es das berufliche Umfeld betrifft. Also zum Beispiel bei einem Auftritt vor der Kamera, als Gast bei einer Gala oder in einem Interview. Das alles sind Situationen, in denen die betreffende Person in ihrer Rolle oder Funktion agiert und das Interesse der Öffentlichkeit in Kauf nimmt und auch bedienen sollte. Das sollte aber keinem Journalisten, keinem Paparazzi das Recht geben, den Prominenten im Urlaub aufzulauern, ihre Kinder beim Baden „abzuschließen“ oder den Inhalt ihrer Mülltonne zu dokumentieren. Wegweisend ist in diesem Kontext das sogenannte

„Caroline-Urteil“: In einem Verfahren wurde Journalisten das Recht abgesprochen, Caroline von Monaco in einer privaten Situation – konkret beim Einkaufen auf dem Markt – zu fotografieren und diese Bilder öffentlich zu machen. Allerdings ist Medienrecht auch immer eine Abwägungssache. In einem anderen Urteil ging es um die ehemalige Ministerpräsidentin Schleswig-Holsteins, Heide Simonis. Sie wurde am Tag nach ihrem Rücktritt beim Schuhkauf fotografiert. Nach Lesart des Gerichts zu Recht, denn es sei für die Öffentlichkeit von Interesse, was sie am Tag nach dem Ausscheiden aus dem Amt getan hat. Ich halte dieses Urteil nach wie vor für falsch.

### Aber seien wir ehrlich: Boulevardjournalismus ist keine Erfindung unserer Zeit, den gab es doch schon immer?

Richtig, aber da waren die Rollen klar verteilt. Diese Art der Berichterstattung war die Domäne der Massenblätter und der Yellow-Press. Die enthüllten auf der Titelseite „Krebs im Königshaus!“ – um dann im Innenteil über die Erkrankung des höfischen Haustiers zu berichten. Heute ist diese Art des Clickbaitings, des Verkaufens mit angedeuteten und irreführenden Schlagzeilen, auch bei den sogenannten Qualitätsmedien keine Seltenheit mehr. Sie führen Interviews, bekommen Einblicke – und dekorieren das Ganze am Schluss gern noch mit einem diffamierenden Gerücht oder einer pikanten Verleumdung, um der Story die richtige Würze zu geben. Immer mehr Mandanten holen uns inzwischen schon bei Eingang der Interviewanfrage an Bord und verhindern damit Schlimmeres.

### Was raten Sie Ihren Mandanten, um die Privatsphäre zu schützen?

Vorsicht im Umgang mit Informationen aus dem Privatleben! Dazu gehören auch die beliebten Home-Stories. Was viele nicht wissen: Werden Journalisten im wahrsten Sinne Tor und Tür geöffnet, lauert dahinter unter Umständen die Falle der juristischen „Selbstöffnung“. Wer die eigene Traumhochzeit als Medienereignis vermarktet, scheitert mit hoher Wahrscheinlichkeit beim Versuch, Berichten über eine spätere schmutzige Scheidung gerichtlich einen Riegel vorzuschieben. Und noch ein anderer Aspekt ist wichtig: Das öffentliche Zurschaustellen von Wohlstand und Besitz ruft nicht nur Neider, sondern möglicherweise auch Kriminelle auf den Plan. Ein mir bekannter Spezialist berät gut situierte Personen genau zu diesen Fragen und schult die Familien darin, mit Bedrohungen wie Entführungen oder Erpressungen umzugehen.

### Sie fordern also ein Zurück zum ethischen Journalismus?

In einer idealen Welt verdienen Journalisten mit fundierter und objektiver Berichterstattung Geld, das interessierte Menschen für diese Publikationen bezahlen. Eine Illusion, heute mehr denn je. Was zählt, sind Views, Klicks und Anzeigenkunden. Und seien wir ehrlich: Auch die Rezipienten möchten heute vor allem unterhalten und in ihren Stereotypen bestätigt werden. Die Wahrheit kommt dabei unter die Räder. Der „öffentliche Wachhund“ von damals ist heute zahlos, rennt aber hechelnd jedem potenziellen Skandal hinterher.

### Wenn sich das Rad nicht zurückdrehen lässt – wo liegt dann die Lösung?

Ich kann nur jeden ermutigen, gegen diese Art von Berichterstattung konsequent vorzugehen. Ich weiß, dass viele Betroffene diesen Weg scheuen, auch aus Angst, bei den Redaktionen in Ungnade zu fallen. Zu Unrecht, wie unsere Erfahrung aus vielen Auseinandersetzungen mit Verlagshäusern beweist: Wer sich wehrhaft zeigt, gewinnt Respekt und wird in der Regel in Ruhe gelassen. Ich plädiere zudem an die Gerichte, den vorhandenen rechtlichen Rahmen auszuschöpfen und schwere Verstöße mit so hohen Geldentschädigungen zu belegen, dass sie für die Medien wirtschaftlich nicht mehr lukrativ sind.

### Und was lässt sich tun, gegen die Diffamierung im Netz?

Das ist in der Tat ein wichtiger Punkt, denn wie unter einem Brennglas werden die Herausforderungen mit der Digitalisierung der Medienlandschaft größer. Das gilt vor allem für die sozialen Medien: Hier agieren die Absender aus der sicheren Deckung

heraus, vielfach ohne Impressum beziehungsweise Klarnamen und damit ohne juristisch belangt werden zu können. Beleidigungen, Schmähungen und Verdächtigungen gehen in Echtzeit viral und erzielen eine hohe Reichweite. Bis dann endlich die Kontrollmechanismen der Plattformen greifen und die Einträge hoffentlich gelöscht werden, ist der gute Ruf schon ruiniert.

### Sprich: Ein totes Rennen?

Nein, aber man muss die Spielregeln kennen. Auch die Big Player unter den Plattformen lassen sich von Wehrhaftigkeit beeindrucken und reagieren zeitnah, wenn die richtigen juristischen Hebel zum Einsatz kommen. Oberstes Gebot: Diffamierende Inhalte müssen schnell aus dem Netz verschwinden, damit sie nicht im digitalen Gedächtnis bleiben und dort über Jahre ihre toxische Wirkung entfalten.

### Sie treten in Ihrem Metier gegen mächtige Gegner an und es wird mit harten Bandagen gekämpft. Woher nehmen Sie die Kraft für diese Auseinandersetzungen?

Wichtig ist der klare Fokus auf unser Ziel: Das gute Recht unserer Mandanten. Der Weg dahin ist immer geprägt von Fairness, Respekt und Wertschätzung – auch gegenüber den Menschen, denen wir auf der Gegenseite begegnen.

### Die Leidenschaft für Ihr berufliches Tun können Sie nicht verleugnen. Ist aus der rationalen Entscheidung fürs Jura-Studium dann doch Ihr Traumberuf geworden?

Ich würde es nicht als „Traum“ bezeichnen – unser Beruf bringt es mit sich, dass wir oft mit schwierigen und für unsere Mandantinnen und Mandanten sehr belastenden Vorgängen konfrontiert sind. Aber es ist für mich umso befriedigender, ihre Rechte erfolgreich zu verteidigen. In solchen Momenten spüre ich eine tiefe Bestätigung meiner Arbeit, die zeigt, dass wir als Anwältin eine wichtige Rolle in der Wahrung der Gerechtigkeit spielen.



Foto: Axel Martens

**Infos und Kontakt:**  
**Cronemeyer Haisch**  
**Partnerschaft von Rechtsanwältinnen mbB**  
**Soester Str. 40 · D-20099 Hamburg**  
**Tel. +49 (0) 40 5 24 70 38 - 0**  
**office@cronemeyer-haisch.de**  
**www.cronemeyer-haisch.de**