

# Justiz und Medien: Vom Schweigen zur aktiven Kommunikation

Foto: © Richtervereinigung



**MAG. A YVONNE SUMMER** ist Richterin des LG Feldkirch und Vizepräsidentin der Vereinigung der österreichischen Richterinnen und Richter.

**DIE MEDIEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DER JUSTIZ WAR IN DEN VERGANGENEN ZWEI JAHRZEHNTEN – SOWEIT REICHEN JEDENFALLS MEINE EIGENEN WAHRNEHMUNGEN ZURÜCK – REGELMÄSSIG GEGENSTAND VON DISKUSSIONEN UND KRITIK VON INNEN UND AUSSEN.** Die Justiz sei stumm, ziehe sich in den Elfenbeinturm zurück und verstecke sich hinter der Amtsverschwiegenheit. Auf Berichte über Verfahren und Urteile, mögen sie noch so diffamierend und beleidigend sein und den Boden einer sachlichen (und zulässigen) Urteilskritik längst verlassen haben, werde mit nobler Zurückhaltung und einer nicht nachvollziehbaren Gelassenheit reagiert.

Diese oft kritisierte Zurückhaltung war – so mein Eindruck – primär dem Selbstverständnis der Justiz und der Interpretation von Medienarbeit und erst sekundär den eingeschränkten Ressourcen, die dafür zur Verfügung standen, geschuldet. Die Kombination dieser beiden Faktoren führte jedenfalls dazu, dass die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit lange Zeit ein Schattendasein fristete. Die Medienarbeit schien vom Grundsatz „never complain, never explain“ geprägt, eine Strategie, die ansonsten vornehmlich dem britischen Königshaus zugeschrieben wird.

Man kann getrost sagen, dass sich in den letzten Jahren viel getan und sich das (Selbst-)Verständnis der Justiz grundlegend geändert hat. Die Ansicht, dass die Gerichte nur durch ihre Urteile sprechen sollten, ist der Überzeugung gewichen, dass eine aktive Medienarbeit geboten ist, um dem Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit und der Medien gerecht zu werden, deren Verständnis für die Rechtspflege zu fördern

und letztlich das Vertrauen der Bevölkerung in die Justiz zu stärken sowie die Akzeptanz von Entscheidungen zu erhöhen.<sup>1)</sup>

Nunmehr werden verstärkt Anstrengungen unternommen, um über Verfahrensabläufe zu informieren und komplexe Rechtsfragen möglichst einfach zu erklären: Einerseits von den Mediensprecher:innen bei den einzelnen Dienststellen und andererseits über die neu eingerichteten Medienkompetenzstellen, die von speziell ausgebildeten und über entsprechende Berufserfahrungen verfügenden Kommunikationsreferent:innen betreut werden.

Ebenfalls zur Öffentlichkeitsarbeit zählen die häufigen Exkursionen von Schulklassen zu (vor allem Straf-)Verhandlungen und vice versa die zahlreichen Besuche von Justizangehörigen in Schulen. Das kommt gut an, zumal die involvierten Justizmitarbeiter:innen viel Engagement und Herzblut investieren und – ganz nebenbei, aber nicht minder wichtig – dabei auch einen wertvollen Beitrag für die Rekrutierung von dringend benötigtem Nachwuchs leisten. Und nicht neu, sondern vielmehr immer noch richtig, ist, dass wir alle in unserer täglichen Arbeit abseits der Medienöffentlichkeit das Bild der Justiz ganz entscheidend mitbestimmen.

Die Art der Medienberichterstattung hat sich in den letzten Jahren durch die sozialen Medien gravierend verändert.

1) Erlass des Bundesministeriums für Justiz vom 23.12.2024 über die Einrichtung und Arbeitsweise der Medienstellen zur Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der Staatsanwaltschaften und Gerichte (Medienerlass), Seite 2, wo als Ziel ausdrücklich der Wunsch nach einer aktiven Kommunikation aller Medienstellen formuliert ist.

Da sich ein Gutteil der Bevölkerung primär über soziale Medien informiert, heißt es auch für öffentliche Stellen, dort präsent zu sein. Das Bundesministerium für Justiz nutzt daher seit Anfang Februar 2024 die Social-Media-Kanäle Instagram, Facebook, LinkedIn und YouTube. Der Verfassungsgerichtshof und der Rechnungshof, um nur einzelne zu nennen, teilen auf YouTube bzw. Instagram interessante Inhalte und widerlegen eindrucksvoll die (von mir anfangs gehegte) Befürchtung zur Sichtbarkeit der Gerichtsbarkeit, dass Social-Media-Auftritte lächerlich oder peinlich sein könnten.

Soziale Medien sind eine effiziente Möglichkeit mit jenem Teil der Öffentlichkeit zu kommunizieren, den man mit den klassischen Medien nicht erreicht. Und sie bieten den Vorteil, dass sehr rasch Informationen verbreitet werden können. Schnell verbreitet werden allerdings auch Fehlmeldungen – diese zu korrigieren, ist dann ungleich schwieriger.

Interessant ist das Ergebnis einer Studie der Pennsylvania State University, die nach Analyse von über 35 Millionen Facebook-Posts (in den Jahren 2017 bis 2020) zum Schluss kam, dass 75% dieser Beiträge geteilt wurden, ohne dass sie vorher gelesen worden wären (shares without clicks).<sup>2)</sup>

Dass auch eine professionelle Medienarbeit einen Shitstorm und eine verzerrte Darstellung von Urteilen nicht verhindern kann, zeigte sich jüngst anlässlich einer Urteilsverkündung am Landesgericht für Strafsachen

---

**Soziale Medien sind eine effiziente Möglichkeit mit jenem Teil der Öffentlichkeit zu kommunizieren, den man mit den klassischen Medien nicht erreicht.**

Wien. Am 7. Jänner 2025 wurde ein Angeklagter aus Syrien vom Vorwurf, ein 12-jähriges Mädchen vergewaltigt zu haben, vom Schöffengericht freigesprochen. Nur wenige Minuten nach der Urteilsverkündung wurde die APA-Meldung über den Verfahrensausgang online gestellt, wiederum nur Minuten später folgten erste Postings auf der Plattform X mit der Überschrift „**Ver-gewaltigung von 12-Jähriger, Freispruch für Syrer**“. In den folgenden Tagen wurde dieses Posting unzählige Male geteilt und sowohl im In- und Ausland auch von Personen und Gruppierungen mit teilweise ausländerkritischem Hintergrund vereinnahmt. Am 10. Jänner 2025 schließlich retweetete Elon Musk einen entsprechenden Beitrag mit dem Kommentar „**This is crazy**“ ...und damit hatte dieses Urteil nun endgültig weltweite Aufmerksamkeit erlangt.<sup>3)</sup> Dass das Urteil nicht angefochten wurde, fand im Übrigen keine Erwähnung. Die zahlreichen persönlichen Diffamierungen, Beleidigungen und Bedrohungen, denen die Vorsitzende des Schöffensenats ausgesetzt war, riefen die Dienststellenleitung, die Medienstelle und die Dienstbehörde auf den Plan, weil es nicht nur die Institution, sondern auch die betroffene Richterin zu schützen und unterstützen galt.

Wenn man sich diese Vorgänge vergegenwärtigt, dann ist man geneigt, desillusioniert zu sein und sich zu fragen, was Medienarbeit überhaupt (noch) bewirken kann.

Oberstes Gebot muss sein, dass gezielte Falschinformationen, Verzerrungen, Hetze und Diffamierung nicht unwidersprochen bleiben dürfen. Es gibt zudem – auch davon bin ich überzeugt – genügend Mediennutzer:innen, die an objektiven Informationen und an einer sachlichen Aufklärung interessiert sind. Daher würde es sich anbieten, vorausschauend Informationen über Verfahrensabläufe und -ausgänge online (Homepage und soziale Medien) zur Verfügung zu stellen. Die – was mögliche Verzerrungen und Diffamierungen anlangt –

risikogeneigten Verfahren sind den involvierten Personen ohnehin im Vorfeld bekannt.

Es muss auch nicht jede:r das Rad neu erfinden, wie ein Blick ins (benachbarte) Ausland zeigt. Die Justiz in Schleswig-Holstein hat ein Social-Media-Konzept erarbeitet, nach dem eine Online-Redaktion verschiedene Kanäle wie LinkedIn, Facebook, Instagram, Mastodon, X und Bluesky bespielt.<sup>4)</sup> Von einem Medienzentrum aus wird zentral die Online-Präsenz im Sprengel verwaltet. Die Online-Redaktion veröffentlicht nicht nur Pressemitteilungen, sondern scannt auch aktiv die sozialen Medien. Sollte sich ein „shitstorm“ abzeichnen, entwickelt eine sogenannte „Netzfeuerwehr“ Redaktions-texte im Namen der Justiz.<sup>5)</sup>

Die Justiz kann es sich nicht leisten, das Feld ungefilterten Meinungen und Falschinformationen zu überlassen. Vorausschauende Kommunikation, transparente Information über Verfahren und ein professioneller Umgang mit sozialen Medien sind essenziell, um Vertrauen zu stärken und Missverständnissen entgegenzuwirken. Modelle wie das Social-Media-Konzept der Justiz Schleswig-Holsteins zeigen, dass eine aktive und koordinierte Online-Präsenz nicht nur möglich, sondern notwendig ist, um den Herausforderungen der digitalen Öffentlichkeit zu begegnen. Effektive Medien- und Öffentlichkeitsarbeit erfordert aber jedenfalls eine klare Strategie, schnelle Reaktionsfähigkeit – und vor allem ausreichende personelle Ressourcen.

YVONNE SUMMER

- 
- 2) Nature human behaviour, Sharing without clicking on news in social media | Nature Human Behaviour.
  - 3) Profil vom 18. Jänner 2025, S 56 ff.
  - 4) [www.schleswig-holstein.de/DE/justiz/gerichte-und-justizbehoerden/LandgerichteSH/LGFlensburg/Presse/SocialMedia](https://www.schleswig-holstein.de/DE/justiz/gerichte-und-justizbehoerden/LandgerichteSH/LGFlensburg/Presse/SocialMedia).
  - 5) Amos, Justiz in den sozialen Medien: Die Angst vor dem tanzenen Richter, <https://rsw.beck.de/aktuell/daily/meldung/detail/justiz-oeffentlichkeitsarbeit-social-media-vertrauen-tiktok#>.