



JAHRESBERICHT 2019

Deutscher Presserat

INHALT

3

TRANSPARENZ SCHAFFT VERTRAUEN
BILANZ DES DESIGNIERTEN
SPRECHERS JOHANNES ENDRES

6

**BERICHT ZUR ARBEIT DES
DEUTSCHEN PRESSERATS 2019**



TRANSPARENZ SCHAFFT VERTRAUEN BILANZ DES DESIGNIERTEN SPRECHERS JOHANNES ENDRES

Die meisten Beschwerden beim Presserat betrafen im Jahr 2019 Regionalmedien. Gleichzeitig zeigt eine jüngst veröffentlichte Studie der Universität Mainz, dass Mediennutzer nach den öffentlich-rechtlichen Sendern ihren Regionalzeitungen am meisten vertrauen. Ein Widerspruch? Man kann das auch zusammenbringen: Dann ergibt sich ein Bild von Leserinnen und Lesern, die bereit sind, ihren Medien zu vertrauen und diese Vertrauenswürdigkeit auch einfordern. Darauf lässt sich eine stabile Beziehung zwischen Leserschaft und Redaktion aufbauen.

Eine Basis für Vertrauen ist Wahrhaftigkeit. Wie sehr sich Leserinnen und Leser Medien als vertrauenswürdige Quellen wünschen, zeigt auch das Beschwerdeaufkommen beim Presserat: Nahezu jede dritte Beschwerde richtete sich 2019 gegen mögliche Verstöße gegen die Sorgfalt bei der Recherche und der Darstellung von Sachverhalten. Hier reagieren Leser offensichtlich besonders empfindlich – oft sogar überempfindlich, wie der hohe Anteil unbegründeter Beschwerden in diesem Bereich zeigt.

LESERINNEN UND LESER SCHAUEN BEI DEN FAKTEN SEHR GENAU HIN

Dies ist eine gute Nachricht: Leserinnen und Leser sehen bei den Fakten sehr genau hin, und meistens halten die Medien diesem Blick Stand. Doch das passiert nicht von selbst. Nur wenn Journalistinnen und Journalisten ständig umfassend recherchieren und Informationen vollständig verifizieren, bleibt dieser Standard erhalten. Vertrauen muss täglich neu erworben werden.

Verifizierte Informationen machen einen Unterschied aus zwischen journalistischen Medien und den Falschmeldungen, die besonders in sozialen Netzwerken verbreitet werden, ob aus Unwissenheit oder viel häufiger aus interessengeleiteter Berechnung. Die Meinungsbildung auf der Basis verifizierter Fakten bleibt eine Kernaufgabe journalistischer Medien, gerade weil andere Plattformen im Internet Reichweite für jede beliebige Aussage bieten.

Ein weiterer Grundpfeiler für Vertrauen ist Transparenz. Besonders wichtig ist dabei die Transparenz über die Beweggründe der Redaktion, einen Beitrag zu veröffentlichen. Die Ziffer 7 des Pressekodex fordert deshalb eine klare Unterscheidung zwischen redaktionellen Beiträgen und Werbung. Wenn Leserinnen und Leser nicht eindeutig erkennen können, was von beidem sie vor sich haben, empfinden sie das als Vertrauensbruch. Dennoch verletzen viele Medien den Trennungsgrundsatz: Im Jahr 2019 bezogen sich 14 von insgesamt 34 Rügen auf solche Verstöße.

JEDER VERTRAUENSBRUCH SCHADET DEM ANSEHEN DER PRESSE

Schleichwerbung ist nicht neu, doch unter wirtschaftlichem Druck wird die Grenze häufiger überschritten. Außerdem hat zu dem Anstieg beigetragen, dass neue Formate und Geschäftsmodelle erprobt werden, die unter Namen wie Native Advertising, Influencer Marketing oder Page Sponsoring laufen. Manche beruhen darauf, zwischen Werbung und Redaktionellem weniger deutlich zu unterscheiden.

Selbstverständlich ist es nicht Aufgabe des Presserates, Geschäftsmodelle zu bewerten. Aber wenn es an Transparenz und Ehrlichkeit gegenüber den Leserinnen und Lesern fehlt, leidet das Vertrauen. Und dies betrifft dann nicht nur das einzelne Medium und seine Nutzerinnen und Nutzer, sondern die ganze Presse. Denn die bereits erwähnte Langzeitstudie der Universität Mainz zeigt auch, dass die allgemeine Einschätzung von Medien immer polarisierter wird: Der Anteil von Nutzerinnen und Nutzern mit einer differenzierten Einschätzung sinkt zugunsten eines generellen Misstrauens. Jeder Vertrauensbruch eines einzelnen Mediums verstärkt diese Tendenz und schädigt das Ansehen der ganzen Presse.

Dem täglich entgegenzuarbeiten und die Bedeutung einer unabhängigen Presse immer wieder aufzuzeigen, ist die Verantwortung von Journalistinnen und Journalisten, Herausgeberinnen und Herausgebern, Verlegerinnen und Verlegern. Presseethisch korrekte Arbeit gemäß den Maßstäben des Kodex ist eine Basis für ein Vertrauensverhältnis zwischen Medien und ihren Nutzerinnen und Nutzern. Der Presserat als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle will die Branche dabei unterstützen, diese Basis dauerhaft zu erhalten.

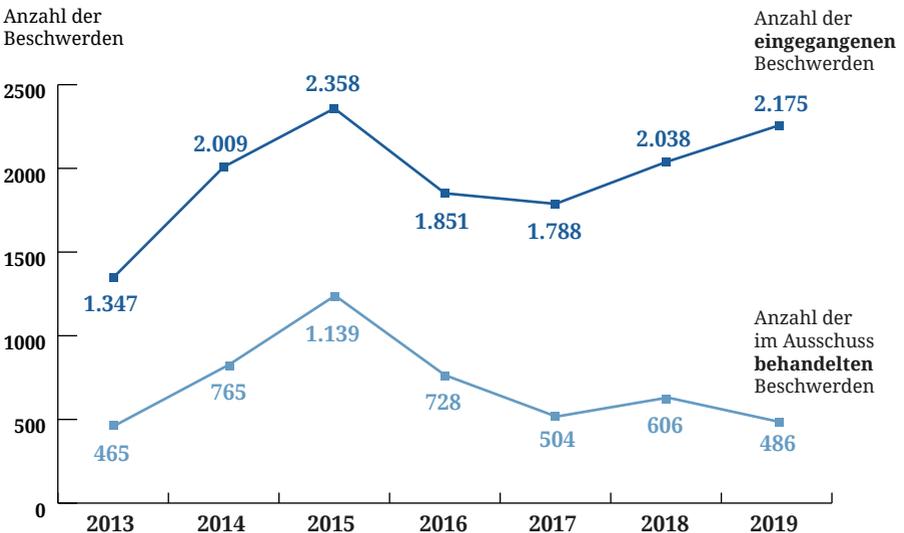
MEHR BESCHWERDEN, MEHR RÜGEN

GESCHÄFTSBERICHT 2019

Der Deutsche Presserat ist nach wie vor eine gefragte Instanz für Leserinnen und Leser: 2.175 Beschwerden erreichten im Jahr 2019 die freiwillige Selbstkontrolle der Presse, 137 mehr als im Vorjahr. Damit setzt sich der Trend steigender Beschwerdezahlen fort: Nur im Rekordjahr 2015 wandten sich u.a. wegen des Germanwings-Absturzes mehr Leserinnen und Leser an den Presserat als 2019.

Öfter als im Vorjahr nutzte der Presserat auch seine schärfste Sanktion: 34 Rügen erteilten die Beschwerdeausschüsse, 2018 waren es noch 28 gewesen. Die meisten Rügen (14) wurden wegen mangelnder Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten ausgesprochen, gefolgt von Verletzungen des Persönlichkeitsschutzes nach Ziffer 8 des Pressekodex mit 12 Rügen. Hier handelte es sich oft um Verstöße gegen den Opferschutz. Regionale Tageszeitungen sind nach wie vor die häufigsten Beschwerdegegner, gefolgt von Boulevardzeitungen und überregionalen Tageszeitungen.

BESCHWERDEN 2013 BIS 2019



CHRISTCHURCH, HALLE, HANAU: TERROR UND TÄTERBERICHTERSTATTUNG

Dürfen Medien bei Attentaten und Amokläufen Material verbreiten, das von den Tätern stammt? Diese Frage stellt sich angesichts der Anschläge in Christchurch, Halle und Hanau verstärkt, da die Täter mit Videobotschaften bzw. Live-Übertragungen im Internet bewusst die Öffentlichkeit suchten. Nach dem Anschlag von Hanau übernahmen Redaktionen beispielsweise Ausschnitte aus geschriebenen bzw. gefilmten Manifesten des Täters. Ob hieran ein berechtigtes Interesse bestand, wird der Presserat noch entscheiden. In Bezug auf Halle und Christchurch erteilten die Beschwerdeausschüsse jeweils Rügen für die Veröffentlichung von Ausschnitten der Videos, welche die Täter während ihrer Taten angefertigt und live im Internet gestreamt hatten. Der Presserat sah in der Verwendung einen schweren Verstoß gegen Richtlinie 11.2 des Pressekodex, wonach die Medien sich nicht zum Werkzeug von Verbrechern machen dürfen. Die gezeigten Ausschnitte gingen über das berechnigte Interesse an dem Geschehen hinaus und bedienen überwiegend Sensationsinteressen, zumal sie die Dramaturgie der Taten chronologisch übernahmen.

In der alleinigen Veröffentlichung von Fotos und Namen der Attentäter von Halle und Christchurch sah der Presserat dagegen keinen Verstoß gegen den Pressekodex. An der Person eines Attentäters und dessen Beweggründen besteht ein berechtigtes öffentliches Interesse, urteilte der zuständige Beschwerdeausschuss.

DOPPELFUNKTION VON JOURNALISTINNEN UND JOURNALISTEN

Stellen Journalistinnen und Journalisten, die neben ihrer Tätigkeit für eine Zeitung weitere Funktionen ausüben, damit entgegen Ziffer 6 des Pressekodex die Glaubwürdigkeit der Presse in Frage? Regelmäßig erhält der Presserat Beschwerden zu Interessenkonflikten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Redaktionen. Beispielsweise berichtete ein Journalist über eine Initiative zum römischen Erbe einer Stadt und war gleichzeitig Vorstandsmitglied dieser Initiative, ohne dies im Text kenntlich zu machen. In einem anderen Fall ließ eine Zeitung einen freien Mitarbeiter über einen geplanten Windpark berichten, obwohl dieser als Lokalpolitiker im Aufsichtsrat der am Windpark beteiligten

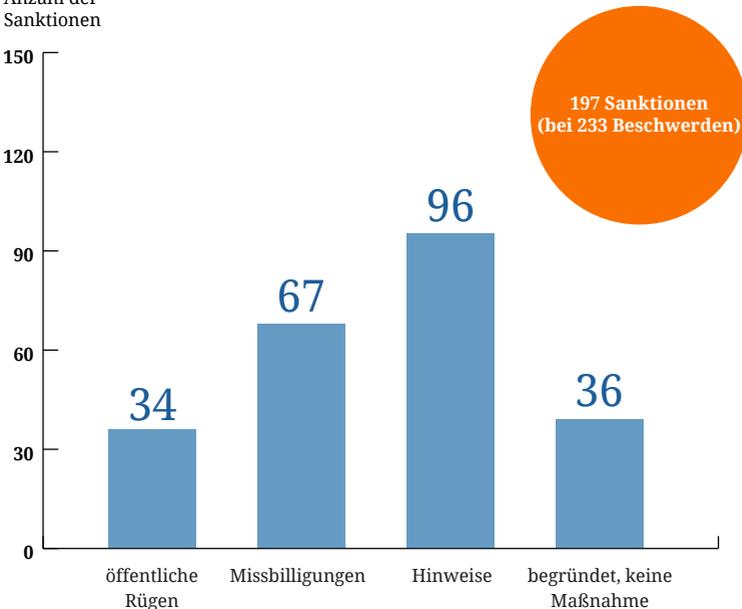
Stadtwerke saß. Bereits der Anschein, Berichterstattung könnte interessengeleitet sein, kann das Ansehen der Presse massiv schädigen, betonte der Presserat.

PRESSEETHISCHE VERANTWORTUNG FÜR FREMDE INHALTE

Veröffentlichen Medien journalistische Inhalte von Dritten auf ihren Online-Plattformen, liegt die presseethische Verantwortung für diese Inhalte bei der für die Plattform zuständigen Redaktion. Das hat das Plenum des Presserats im September 2019 in einer Grundsatzentscheidung beschlossen. Anlass waren Beschwerden gegen eine Redaktion, die Beiträge von der Polizei und von lokalen journalistischen Medien veröffentlicht hatte. Mehrere User sahen in Artikeln dieser Drittquellen Verletzungen des Pressekodex. Die Redaktion hatte zwar auf die Quellen hingewiesen, eine eigene presseethische Verantwortung aber ausgeschlossen.

ENTSCHEIDUNGEN BEI BEGRÜNDETEN BESCHWERDEN 2019

Anzahl der Sanktionen



BESONDERS VIELE RÜGEN WEGEN VERDECKTER WERBUNG

Die Zahl der Rügen stieg 2019 von 28 im Vorjahr auf 34 an. Hinzu kamen 67 Missbilligungen und 96 Hinweise. 36 Fälle hielt der Ausschuss zwar für begründet, verzichtete jedoch auf eine Maßnahme, wenn die Redaktionen reagiert und beanstandete Textstellen nachträglich geändert hatten oder durch technische Fehler eine Kennzeichnung vorübergehend fehlte.

Allein 14 Rügen verhängte der Presserat wegen mangelnder Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte entgegen Ziffer 7 des Pressekodex. Beispielsweise hatten vier Zeitungen auf ihren Titelseiten redaktionell gestaltete Anzeigen veröffentlicht, die mit Schlagzeilen wie „8 Tage bis zum Einschlag“ für eine neue TV-Serie über einen Asteroideinschlag warben. Die Werbung war nicht eindeutig erkennbar, da sie sehr stark an das redaktionelle Layout angelehnt war. Nach Ansicht des Presserats ist diese Art von Werbung geeignet, das Ansehen der Presse in Gefahr zu bringen.

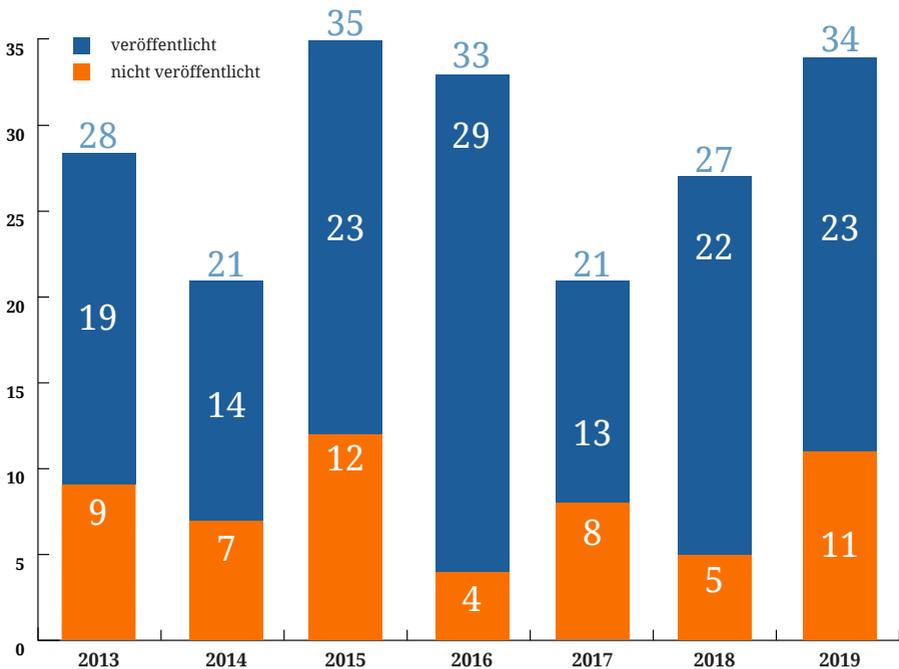
Oftmals war der werbliche Charakter weniger plakativ, dafür aber ebenso schwerwiegend: So lobten prominente Schauspielerinnen eine Testfahrt mit einer Automarke, wobei die Redaktion verschwieg, dass mindestens zwei der Schauspielerinnen „Markenbotschafterinnen“ des Autoherstellers waren. Eine Zeitschrift ließ Menschen über ihr persönliches Glück zu Wort kommen, dessen Grundlage immer Millionengewinne bei einer bestimmten Lotterie waren. Diese Fokussierung auf ein spezielles Produkt war nicht durch ein öffentliches Interesse gedeckt und überschritt die Grenze zur Schleichwerbung, urteilte der Presserat.

An zweiter Stelle bei den Rügen standen Verletzungen des Persönlichkeitsschutzes nach Ziffer 8 des Pressekodex. 12 Rügen verhängte der Presserat, weil Redaktionen identifizierend über Personen berichteten, an deren Name oder Foto es kein berechtigtes öffentliches Interesse gab. Besonders häufig waren wie in den vergangenen Jahren Verstöße gegen den Opferschutz. Oftmals wurden hier Fotos von Unfall- oder Verbrechenopfern ohne Einwilligung der Betroffenen oder Angehörigen aus deren Facebook- oder Instagram-Seiten übernommen. Öffentlich sichtbare Einträge in sozialen Medien sind aber kein Freibrief für die Verwendung von Opferfotos in der Berichterstattung, betonte der Presserat.

WENIGER RÜGENABDRUCKE

Der Großteil der Presseverlage in Deutschland hat sich verpflichtet, öffentliche Rügen des Presserats in dem jeweils gerügten Medium bekannt zu machen. 2019 sind jedoch weniger Medien dieser Selbstverpflichtung nachgekommen als im Vorjahr. Von den 34 ausgesprochenen Rügen sind 11 bislang nicht in den betroffenen Medien veröffentlicht worden. Wie die Statistik der vergangenen Jahre zeigt, gibt es hier immer wieder Schwankungen. So lagen die Abdruckquoten 2018 oder 2016 noch weit höher. Es ist aber damit zu rechnen, dass einige Medien die 2019 erteilten Rügen noch abdrucken werden.

ABDRUCK ÖFFENTLICHER RÜGEN 2013 – 2019



BESCHWERDEN ZUR RICHTLINIE 12.1 GEHEN WEITER ZURÜCK

Auch im vergangenen Jahr war die 2017 präzierte Richtlinie 12.1 zur Berichterstattung über Straftaten Gegenstand medienethischer Diskussionen. Einmal mehr ging es um die Frage, ob die Herkunft von Straftätern oder Verdächtigen für die Berichterstattung relevant ist. Laut der Richtlinie soll die Zugehörigkeit in der Regel nicht erwähnt werden, es sei denn, es besteht ein begründetes öffentliches Interesse.

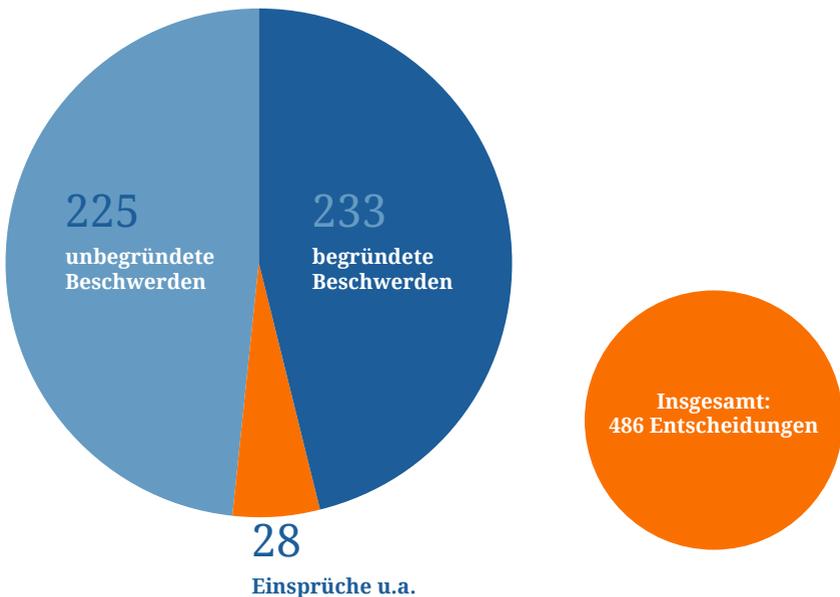
Die Ausschüsse akzeptierten die Nennung der Herkunft, wenn ein besonders schweres Verbrechen vorlag wie etwa im Sommer 2019, als ein Mann einen Jungen und dessen Mutter am Frankfurter Hauptbahnhof vor einen einfahrenden ICE stieß. Weitere Kriterien für die Nennung der Herkunft: Wenn Tatverdächtige die Struktur ihrer Herkunftsgruppe für ihre Taten nutzten (z.B. Clankriminalität) oder der Zusammenhang zwischen Form und Häufigkeit einer Straftat und der Gruppenzugehörigkeit Gegenstand der Berichterstattung war. Bei Diebstahl oder Kleinkriminalität ist die Erwähnung der Herkunft von Straftätern dagegen in aller Regel nicht von öffentlichem Interesse. Auch Schwarzfahren oder handgreifliche Auseinandersetzungen waren aus Sicht der Ausschüsse keine außergewöhnlichen Straftaten, die die Herkunftsnennung gerechtfertigt hätten. Reine Vermutungen sind nicht vom öffentlichen Interesse gedeckt.

Insgesamt gingen die Beschwerden zu diesem Thema weiter zurück. 2019 erreichten den Presserat 24 Beschwerden zur Richtlinie 12.1, sechs weniger als im Vorjahr mit 30 Beschwerden. 2017 hatten sich noch 41 Leserinnen und Leser wegen der Herkunftsnennung von Straftätern an den Presserat gewandt, 2016 im Zuge der Diskussion um die Kölner Silvesternacht gab es sogar 62 Beschwerden. Die Spruchpraxis ist etwa gleichgeblieben: Elf Hinweise und eine Missbilligung sprach der Presserat 2019 zu dem Thema aus. Damit zog jede zweite Beschwerde eine Sanktion nach sich, im Verhältnis etwa so viele wie in den Vorjahren.

WENIGER FÄLLE IN DEN AUSSCHÜSSEN

Trotz des Zuwachses an Beschwerden gelangten insgesamt weniger Fälle in die Ausschüsse. Das bedeutet: Es wurden mehr Beschwerden als in den Vorjahren bereits in der Vorprüfung abgelehnt, weil es keinerlei Anhaltspunkte dafür gab, dass die Redaktion unsauber gearbeitet haben könnte. Dabei handelte es sich beispielsweise um Beschwerden über Meinungsbeiträge oder auch Karikaturen, die von der Meinungsfreiheit gedeckt und presseethisch nicht zu beanstanden waren. Wurden 2018 noch 606 Beschwerden in den Ausschüssen diskutiert, waren es 2019 nur noch 486. Damit sank die Zahl der in den Ausschüssen behandelten Beschwerden von rund 30 auf 22 Prozent der jeweiligen Gesamtbeschwerdezahl.

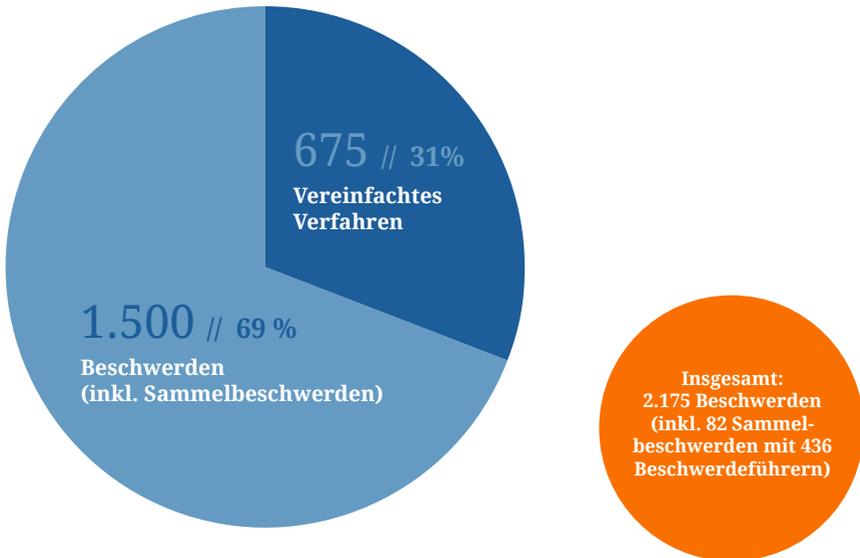
ENTSCHEIDUNGEN IN DEN AUSSCHÜSSEN 2019



FÜR GUT JEDE DRITTE BESCHWERDE WAR DER PRESSERAT NICHT ZUSTÄNDIG

Von den 2.175 eingegangenen Beschwerden wurden 675 im sogenannten Vereinfachten Verfahren behandelt. Dabei handelt es sich um Beschwerden, die sich z.B. auf die Nicht-Veröffentlichung von Leserbriefen bezogen, Kritik an der Löschung von Internet-Kommentaren übten oder sich auf Artikel bezogen, die älter als ein Jahr waren und deren Beschwerdefrist demzufolge abgelaufen war. Auch Beschwerden gegen Radio- und Fernsehbeiträge, für die der Presserat nicht zuständig ist, befanden sich darunter.

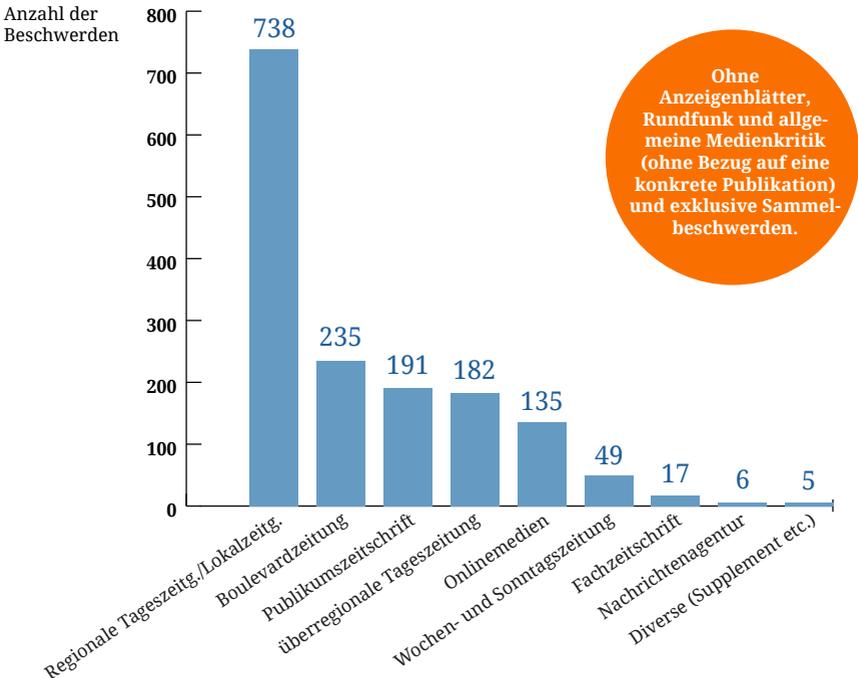
BESCHWERDEN BEIM DEUTSCHEN PRESSERAT 2019



DIE MEISTEN BESCHWERDEN RICHTETEN SICH GEGEN REGIONAL- UND LOKALZEITUNGEN

Etwa jede dritte Beschwerde richtete sich - ähnlich wie in den Vorjahren - gegen Regional- und Lokalzeitungen sowie deren Onlineausgaben. An zweiter Stelle standen Boulevardzeitungen mit rund 13 Prozent der Beschwerden, gefolgt von überregionalen Tageszeitungen mit rund 11 Prozent. Kaum in der Kritik: Nachrichtenagenturen mit nur sechs Beschwerden.

GEGEN WEN RICHTETEN SICH DIE BESCHWERDEN 2019?



MEHRZAHL DER BESCHWERDEN ÜBER ONLINE-VERÖFFENTLICHUNGEN UND VON PRIVATPERSONEN

Wie in den vergangenen Jahren auch richteten sich die meisten Beschwerden (knapp 70 Prozent) gegen Online-Veröffentlichungen, was das allgemeine Leseverhalten widerspiegelt. 1.951 und damit knapp 90 Prozent der Beschwerden kamen 2019 von Privatpersonen. Dem gegenüber standen lediglich 224 Beschwerden von Vereinen, Parteien, Unternehmen oder Behörden.

AM HÄUFIGSTEN ZU PRÜFEN: BESCHWERDEN ZU VERSTÖSSEN GEGEN DIE SORGFALTPFLICHT

Am häufigsten waren, wie in den Vorjahren, Beschwerden wegen möglicher Verstöße gegen die journalistische Sorgfaltspflicht (Ziffer 2). Etwa jede dritte Beschwerde bezog sich auf dieses Thema, wobei eine Beschwerde auch anhand mehrerer Ziffern geprüft werden kann. Etwa zehn Prozent der Beschwerden bezogen sich auf Ziffer 8 (Persönlichkeitsschutz), gefolgt von Ziffer 1 (Wahrhaftigkeit) mit acht Prozent. Grundlage für diese Berechnung sind die 1.500 Beschwerden, für die der Presserat 2019 tatsächlich zuständig war, ausgenommen wurden also Beschwerden gegen Rundfunkbeiträge oder Werbung.

VERHALTENSGRUNDSÄTZE ZUR FINANZMARKTBERICHTERSTATTUNG

Der Presserat hat 2019 seine Verhaltensgrundsätze zur Finanzmarktberichterstattung aktualisiert, die den redaktionellen Umgang mit Insiderinformationen oder möglichen Interessenkonflikten regeln. Sie setzen außerdem Standards für eine unabhängige, nicht-manipulative Berichterstattung über Börsenkurse und Referenzwerte. Die Überarbeitung der Verhaltensgrundsätze war erforderlich, da seit 2016 eine neue Rechtsgrundlage gilt. Über die gesetzlichen Anpassungen hinaus umfassen die Änderungen auch komplett umformulierte Passagen, die den Text für Nicht-Juristen besser lesbar machen. Die aktualisierten Verhaltensgrundsätze sind Ergebnis von Gesprächen zwischen Vertretern des Presserats und betroffener Verlage mit der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Die entsprechende Richtlinie des Pressekodex 7.4. wurde ebenfalls den geänderten Begrifflichkeiten angepasst.

FÜHRUNGSWECHSEL IN DER GESCHÄFTSSTELLE

Am 1. Februar 2020 wechselte die Geschäftsführung beim Deutschen Presserat. Nach 28 Jahren ging Lutz Tillmanns in den Ruhestand und wurde abgelöst von Roman Portack, der bislang als Rechtsanwalt in einer auf Medienrecht spezialisierten Berliner Kanzlei arbeitete. Davor war Roman Portack mehrere Jahre als Referent beim Presserat tätig. In Tillmanns' Amtszeit fallen die Einführung der Selbstregulierung im redaktionellen Datenschutz, die Erweiterung der Zuständigkeit auf Onlinemedien und der Umzug des Presserats von Bonn nach Berlin.

BUNDESEINHEITLICHER PRESSEAUSSWEIS

2019 wurden 78.266 bundeseinheitliche Presseausweise ausgegeben, etwas weniger als im Jahr davor (81.324). Vermutlich spiegelt sich hier die allgemein sinkende Zahl an hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten wider, an die der bundeseinheitliche Presseausweis ausschließlich vergeben wird. Der Ausweis trägt das Logo des Presserats und die Unterschrift des Vorsitzenden der Innenministerkonferenz und wird von sechs Verbänden ausgestellt: Dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV), der Gewerkschaft dju in ver.di, dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV), dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), dem Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) sowie dem Fotografenverband FREELENS. Weitere Verbände interessierten sich 2019 für eine Ausgabeberechtigung, allerdings erfüllten sie nicht die Voraussetzungen. U.a. dürfen Presseausweise weder gewerblich ausgegeben werden, noch darf die Ausgabe von Presseausweisen Hauptzweck eines Verbandes sein.



PERSONALIEN 2019/ 2020

VORSITZ TRÄGERVEREIN

Dirk Platte (VDZ)

stellvertretender Vorsitzender: Kajo Döhning (DJV)

SPRECHER

Johannes Endres (DJV), designiert

stellvertretende Sprecherin: Dr. Kirsten von Hutten (VDZ), designiert

VORSITZ BESCHWERDEAUSSCHUSS 1

Matthias Wiemer (dju)

VORSITZ BESCHWERDEAUSSCHUSS 2

Dr. Klaus-Peter Andrießen (DJV)

VORSITZ BESCHWERDEAUSSCHUSS 3 UND

REDAKTIONS DATENSCHUTZ

Johannes Endres (DJV)

IMPRESSUM

DEUTSCHER PRESSERAT

Fritschestr. 27/28

10585 Berlin

Tel: 030-367007-0

Fax: 030-367007-20

info@presserat.de

www.presserat.de

@PresseratDE

GRAFIKEN UND LAYOUT

lege artis



presserat