
PRESSEINFORMATION

Presserat: Eigenständige Fahndung nach G20-Demonstranten nicht Aufgabe der Presse

Der Deutsche Presserat hat auf seinen Beschwerdeausschuss-Sitzungen am 12., 13. und 14. September 2017 wegen schwerer Verstöße gegen den Pressekodex insgesamt neun öffentliche Rügen ausgesprochen.

„Gesucht! Wer kennt diese G20-Verbrecher?“ – unter dieser Überschrift berichtete BILD im Juli in der Print- sowie Onlineausgabe über die Proteste beim G20-Gipfel in Hamburg. Die Redaktion zeigte Einzelfotos von Demonstranten in Aktion und rief die Leser zur Fahndung nach den Personen auf. Der Presserat hatte hierzu 11 Beschwerden erhalten, die im Kern eine Verletzung der Persönlichkeitsrechte der Abgebildeten und einen Medienpranger kritisierten.

Aufgrund des überragenden öffentlichen Interesses an dem Geschehen in Hamburg sah der Presserat keinen Verstoß gegen den Schutz der Persönlichkeit nach Ziffer 8 des Kodex gegeben. Die Demonstranten mussten damit rechnen, dass sie während des Ereignisses fotografiert werden.

Jedoch verstößt die Art der Darstellung – mit Foto und eingeklinktem Porträtbild – in Verbindung mit dem Fahndungsaufruf gegen den Pressekodex. Die Abgebildeten werden hierdurch an einen öffentlichen Medienpranger gestellt. Es gehört nicht zur Aufgabe der Presse, selbständig nach Bürgern zu fahnden, ohne dass ein offizielles Fahndungsersuchen seitens der Staatsanwaltschaft vorliegt. Die Berichterstattung ist daher nicht mit dem Ansehen der Presse gemäß der Präambel des Kodex vereinbar, entschied der Presserat und sprach eine Missbilligung aus. Folgen einer selbst inszenierten „Verbrecherjagd“ sind nach Auffassung des Presserats nicht mehr zu kontrollieren und können auch Selbstjustiz Vorschub leisten.

Präambel: „[...] Verleger, Herausgeber und Journalisten müssen sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sein. Sie nehmen ihre publizistische Aufgabe fair, nach bestem Wissen und Gewissen, unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahr. [...]“

Kommentar diskriminiert Homosexuelle

Eine Rüge wegen diskriminierender Berichterstattung erhielt die FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG. Die Zeitung hatte sowohl in der Print- als auch in der Online-Ausgabe einen Kommentar unter der Überschrift „Wir verraten alles, was wir sind“ über die Ehe für alle und damit verbundene Änderungen im Adoptionsrecht für gleichgeschlechtliche Partnerschaften veröffentlicht. In dem Kommentar wurden in Form einer rhetorischen Frage aus Sicht des Presserats die Behauptungen aufgestellt, dass adoptierte Kinder aufgrund einer wegfallenden „Inzest-Hemmung“ ungleich stärker der Gefahr eines sexuellen Missbrauchs ausgesetzt seien und dass diese Gefahr bei homosexuellen Eltern aufgrund ihrer Homosexualität besonders hoch sei. Diese Behauptungen, für die es nach Auffassung des Presserats keinen wissenschaftlichen Beleg gibt, entfalten eine diskriminierende Wirkung gegenüber Homosexuellen und stellen einen schweren Verstoß gegen das Diskriminierungsverbot nach

Ziffer 12 des Pressekodex dar. Über den Kommentar hatten sich 31 Leser beim Presserat beschwert.

Berichterstattungen über Terroranschlag in Manchester: Opferschutz verletzt

Drei Rügen sprach der Presserat gegen Berichterstattungen über den Terroranschlag bei einem Konzert in Manchester aus. BILD Online berichtete unter der Überschrift „Zu jung zum Sterben“ unter Namensnennung und mit Porträtbild detailliert über zwei einzelne Opfer. TZ Online berichtete unter der Überschrift „Anschlag in Manchester: Das sind die Opfer“ mit einer Fotostrecke ebenfalls über diverse Opfer mit Fotos, Details und unter Namensnennung. In beiden Fällen bestand nach Auffassung des Presserats kein öffentliches Interesse an der identifizierbaren Darstellung der Opfer. Einige Opfer waren zudem minderjährig. Die verwendeten Fotos stammten aus sozialen Netzwerken. Eine Einwilligung der Angehörigen zur Verwendung der Bilder in der Presse lag jedoch nicht vor, wäre aber erforderlich gewesen, so der Presserat. Es handelte sich nicht um Personen des öffentlichen Lebens. Aus Sicht des Presserats stellen die Berichterstattungen einen schweren Verstoß gegen den Opferschutz nach Ziffer 8, Richtlinie 8.2 des Pressekodex dar.

Ebenfalls gerügt wurde BILD Online für die Berichterstattung unter der Überschrift „Mutter weiß nicht, dass Saffi nicht mehr lebt“. Ausführlich dargestellt wurde das Schicksal eines minderjährigen Opfers mit Foto und Namensnennung. Auch diese Darstellung ist nicht mit dem Opferschutz vereinbar. Ethisch problematisch war für den Presserat auch der Umstand, dass laut Artikel die Mutter, die wegen des Anschlags selbst auf der Intensivstation lag, noch nicht über den Tod ihres Kindes informiert war.

Berichterstatter in Doppelfunktion

Das TRAUNSTEINER TAGBLATT Online wurde für eine mangelnde Trennung von Tätigkeiten gemäß Ziffer 6 des Pressekodex gerügt. Die Zeitung hatte einen Artikel über eine Bürgerversammlung veröffentlicht, bei der der Bürgermeister der Gemeinde Rede und Antwort stand. Das Problem: Autor des Berichts war der zweite Bürgermeister, der somit über das Wirken seines Vorgesetzten schrieb. Darin sah der Presserat einen gravierenden Verstoß gegen das Gebot zur strikten Trennung von Doppelfunktionen bei Journalisten gemäß Richtlinie 6.1 des Pressekodex. Zumindest hätte den Lesern die vorliegende Doppelfunktion und der grundsätzlich darin begründete Interessenskonflikt des Autors offengelegt werden müssen.

Ebenfalls wegen eines schweren Verstoßes gegen das Gebot zur strikten Trennung von Tätigkeiten gemäß Ziffer 6 des Pressekodex wurde die VOLKSSTIMME gerügt. Die Zeitung hatte in der Print- sowie Onlineausgabe ausführlich über Investitionen einer Wohnungsbaugenossenschaft berichtet. Der Autor des Artikels war gleichzeitig als Redakteur für das Kundenmagazin der Genossenschaft tätig. Auch hierin sah der Presserat eine Doppelfunktion gemäß Richtlinie 6.1 des Pressekodex, über die die Leserschaft zumindest hätte aufgeklärt werden müssen.

Native Advertising gerügt

Eine Rüge wegen mangelhafter Kennzeichnung von Werbung und damit einer Verletzung des Trennungsgrundsatzes nach Ziffer 7 sprach der Presserat gegen FOCUS Online aus. Dort war ein redaktionell gestalteter Beitrag unter der Überschrift „Wenn Ihre Bank die Hand aufhält, zeigen Sie ihr die rote Karte“ erschienen, der sich allgemein mit Girokonten-Gebühren befasste. Die Veröffentlichung war oben links mit 'Partnerinhalt' überschrieben. Darunter erfolgte der Hinweis 'Special – Ehrlich beraten'. In dem Text enthalten war ein Link zu der Website einer Bank, auf der diese ihre Kontomodelle mit dem anderer Banken verglich. Der Presserat stellte fest, dass es sich bei dem Beitrag um bezahlte Werbung für diese Bank handelte. Für die Leser war dies nicht erkennbar. Vielmehr erweckte die Veröffentlichung den Eindruck einer unabhängigen redaktionellen Berichterstattung über das Thema „Girokonten-Gebühren“.

Der Presserat sah einen deutlichen Verstoß gegen die Richtlinie 7.1 Pressekodex, in der die Anforderungen an die klare Erkennbarkeit von Werbung formuliert sind. Weder ist die Bezeichnung 'Partnerinhalt' ein presseethisch akzeptables Synonym für den Hinweis 'Anzeige' noch war das Layout des Beitrages geeignet, seinen Werbecharakter zu verdeutlichen. Gerade bei solchen Native Advertising-Werbeformen muss auf eine klare Anzeigenkennzeichnung geachtet werden, da ihre redaktionelle Aufmachung die Leser über die Werbeabsicht hinwegtäuschen kann.

Gerügt wegen Schleichwerbung wurde FREIZEIT HEUTE für einen Beitrag unter der Überschrift „Hier mäht der Robo-Gärtner“ in der Ausgabe 6/2017. In der Veröffentlichung stellte die Redaktion einen einzelnen selbststeuernden Rasenmäher vor. Konkurrenzprodukte wurden nicht genannt und ein Alleinstellungsmerkmal war nicht erkennbar. Das Gerät wurde ausschließlich positiv und mit werblichen Formulierungen beschrieben. Zudem wurde der Preis des Mähers genannt und auf die Website des Herstellers hingewiesen. Mit dieser Art der Darstellung wurde die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 Pressekodex deutlich überschritten.

Zeitung berichtet redaktionell über Aktion der eigenen Anzeigenabteilung

Der DONAUKURIER wurde wegen eines Verstoßes gegen das Gebot der klaren Trennung von Werbung und Redaktion gemäß Ziffer 7 des Pressekodex gerügt. Die Redaktion hatte unter der Überschrift „Siebler z'Egg ist Lesers Liebling“ über den Gewinner eines von der Zeitung initiierten Biergartentests durch die Leser berichtet. Teilnahmebedingung an der Aktion war für die Biergärten das Schalten einer Anzeige. Den Lesern des Artikels wurde dieser Zusammenhang nicht kenntlich gemacht. Der Presserat sah in der Berichterstattung über eine anzeigenbasierte Aktion ein Eigeninteresse des Verlages betroffen, über das die Leser zumindest hätten unterrichtet werden müssen.

Statistik

Die Ergebnisse: 9 öffentliche Rügen, 22 Missbilligungen und 33 Hinweise. 6 Beschwerden wurden als begründet bewertet, auf eine Maßnahme wurde jedoch verzichtet, 60 Beschwerden wurden als unbegründet erachtet.

Ansprechpartnerin für die Presse: Edda Eick, Tel. 030-367007-13 eick@presserat.de

<http://www.presserat.de/pressekodex/pressekodex/>