

Falsch berichtet

Frauenbeauftragte soll Werbung für Universität gekippt haben

Eine Universität will mit einer CD-Rom um Nachwuchs werben. Unter der Überschrift „Frauenbeauftragte kippt Werbung“ berichtet die Zeitung am Ort, dass die Frauenbeauftragte der Universität angeordnet habe, dass die Texte „geschlechtsneutral“ geschrieben sein müssen. Damit sei, so die Zeitung, das Erscheinen der CD wegen zeitlicher Verzögerungen in Frage gestellt. Auch eine überregionale Tageszeitung beschäftigt sich mit dem Fall. Sie informiert ihre Leser gleichfalls, dass die Frauenbeauftragte das Vorhaben der Universität gekippt habe, und kritisiert, dass die hochgelobten geschlechtsneutralen Bezeichnungen im öffentlich geregelten Raum die Sprache aufblähen. Die Frauenbeauftragte beurteilt beide Artikel in einer Beschwerde beim Deutschen Presserat als „Enten“. Sie habe – rechtzeitig vor der Korrekturphase – der CD-Redaktion lediglich einen Hinweis auf Beachtung einer ministeriellen Richtlinie gegeben und nicht die Werbung gekippt. Deren Fertigstellung laufe termingerecht. Durch die Beiträge sieht sie ihre Tätigkeit als Frauenbeauftragte diskreditiert. Die Autorin des Lokalberichts räumt ein, dass ihr Text zwei unglückliche Formulierungen enthält. Diese seien ihr jedoch in den Text „reinredigiert“ worden. Die bewussten Formulierungen seien „Frauenbeauftragte kippt Werbung“ und „Aufschub ins Ungewisse“. Hiermit werde ein Eindruck erzeugt, der wohl nicht zutreffe, da das Projekt nach der Intervention der Frauenbeauftragten trotzdem weitergelaufen sei. Die Chefredaktion der überregionalen Tageszeitung wundert sich, dass sich die Beschwerdeführerin nicht direkt bei ihr gemeldet habe, um ihre Sicht der Dinge darzulegen. Hätte sie auf einer Korrektur bestanden, hätte sich die Zeitung vermutlich nicht verweigert. Einen Verstoß gegen den Pressekodex könne man in dem bisher nicht dementierten Vorgang jedoch nicht erkennen. (1998)

Der Presserat beanstandet, dass bei den Lesern beider Zeitungen der Eindruck geweckt wird, die CD werde nicht erscheinen. Da dies nicht der Fall war, sind die entsprechenden Formulierungen falsche Tatsachenbehauptungen im Sinne der Ziffer 2 des Pressekodex. Der Presserat spricht daher beiden Zeitungen einen Hinweis aus.

Aktenzeichen: B 120/121/98

Veröffentlicht am: 01.01.1998

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);

Entscheidung: Hinweis