

Feiner Unterschied zwischen “ab” und “in”

Unternehmen von Branchenzeitschrift als Verlierer dargestellt

Eine Branchenzeitschrift berichtet über die Entwicklung des Hausgeräte-Vollautomatengeschäfts. Dabei geht es auch um die Position einer bestimmten Firma. Über sie heißt es im Text: “Kräftig bergab zeigt der Trend bei den (.....)-Durchschnittspreisen ab der Periode April/Mai 2005. Offenbar hat der Erdrutsch bei den Marktanteilen, die in den Vormonaten Februar/März auf rund 22 Prozent und damit auf den tiefsten Stand abgesackt waren, die (.....)-Zentrale dazu animiert, die zuvor angezogene Preisschraube wieder großzügig aufzudrehen.” Die Rechtsvertretung der im Text genannten Firma sieht eine falsche und Ruf schädigende Berichterstattung. Sie weist nach, dass von einem “kräftigen Abwärtstrend ab der Periode April/Mai” nicht die Rede sein kann. Das Unternehmen werde in der Zeitschrift für 2005 insgesamt als Verlierer dargestellt. Die korrekten Zahlen sagten jedoch anderes aus. Die Firma ruft den Deutschen Presserat an. Die Geschäftsführung des Verlages, in dem die Branchenzeitschrift erscheint, räumt ein, dass die oben erwähnte Passage in der Tat so nicht richtig sei. Korrekt hätte es heißen müssen “in der Periode April/Mai” und nicht “ab der der Periode April/Mai”. Der Verlag habe gegenüber der Firma eine Unterlassungserklärung abgegeben. Wenn die Beschwerdeführerin weiter moniere, dass beim Leser der unzutreffende Eindruck erweckt würde, dass der Marktanteil der Firma im Jahr 2005 erdrutschartig abgesackt sei, so sei dieser Vorwurf haltlos, da die Zeitschrift diese Behauptung nirgendwo aufgestellt habe. (2006)

Die Zeitschrift hat die in Ziffer 2 des Pressekodex definierte Sorgfaltspflicht verletzt. Der Presserat spricht deshalb eine Missbilligung aus. “In der Periode April/Mai” wäre korrekt gewesen. Die Aussagen “ab” und “in” beschreiben einen völlig unterschiedlichen Sachverhalt. Die erste – falsche - Formulierung hat eine für die Beschwerdeführerin deutlich negativere Aussagekraft als die zweite – richtige - Formulierung. Der Beschwerdeausschuss kann sich der Ansicht des Beschwerdeführers nicht anschließen, mit der Veröffentlichung werde der Eindruck erweckt, der Marktanteil der betroffenen Firma sei 2005 erdrutschartig abgesackt. Eine derartige Aussage wird in dem Artikel nicht getroffen. Nach Paragraph 15 besteht zwar keine Pflicht, Missbilligungen abzudrucken. Der Presserat empfiehlt dies jedoch als Ausdruck einer fairen Berichterstattung. (BK1-87/06)

Aktenzeichen:BK1-87/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);

Entscheidung: Missbilligung