

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 2
in der Beschwerdesache 0039/25/2-BA

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffern 1, 2, 3, 7**

Datum des Beschlusses: **23.04.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht am 16.01.2025 einen Beitrag mit der Überschrift „Teilnehmer für umgekehrten Sponsorenlauf gegen ‚Querdenker‘ in Göttingen gesucht“. Die Zeitung berichtet in dem Artikel über eine geplante Demonstration „sogenannter Querdenker“ und über eine Protestaktion dagegen. Die Protestaktion ist ein umgekehrter Sponsorenlauf von, so zitiert die Zeitung die Protestgruppe, „wirklich besorgten und aktiven“ Bürgern. „Für alle 400 Meter, die die Rechten am 1. Februar in Göttingen laufen sollten – das entspricht einer Stadionrunde – sammeln wir Spenden für das Netzwerk Polylux zur Stärkung der Zivilgesellschaft im Osten“, zitiert die Zeitung den Sprecher der Gruppe. Das Bild zum Artikel zeigt eine große Gruppe von Demonstranten, viele davon in schwarzer Kleidung. Im Hintergrund brennt etwas. Die Bildunterschrift lautet: „Sitzblockaden hinderten bei vergangenen Demonstrationen die ‚Querdenker‘ daran, ihre geplante Route zu gehen.“

II. Der Beschwerdeführer moniert Verstöße gegen die Ziffern 1, 2, 3 und 7 des Pressekodex. Dabei kritisiert er das Bild zum Artikel. In Kombination mit der Bildunterschrift suggeriert die Zeitung seiner Meinung nach, dass es „die Teilnehmer einer Spaziergang Demo“ – also die Teilnehmer einer Querdenken-Demo – zeige. Die abgebildeten Personen seien aber offensichtlich der gewaltbereiten Autonomenszene zuzuordnen. Außerdem interpretiert er den Artikel so, dass die Zeitung damit für eine linke Demonstration Werbung macht und Spender sucht.

III. Der Chefredakteur antwortet für die Zeitung und weist die Beschwerde zurück. Entgegen der Kritik des Beschwerdeführers habe man das Bild sehr wohl mit einer einordnenden Bildunterschrift versehen. Möglicherweise habe der Beschwerdeführer übersehen, dass man auf der Webseite der Zeitung Bildunterschriften zusätzlich ausklappen müsse. Sie laute: „Sitzblockaden hinderten bei vergangenen Demonstrationen die ‚Querdenker‘ daran, ihre geplante Route zu gehen.“

Einzigste Nachlässigkeit der Zeitung sei die fehlende zeitliche Einordnung, wann das Foto genau aufgenommen worden ist. Es erschließe sich aber aus Sicht der Redaktion klar, dass auf dem Foto eine Sitzblockade des Gegenprotests und eben nicht der „Querdenker“ zu sehen ist. Dies werde auch durch den Text klargemacht, u. a. durch diese Passage: „Bei den vergangenen Demonstrationen musste die Route wegen Blockaden und Gegendemonstrationen kurzfristig geändert werden.“

Die Redaktion erwähne in dem Digital-Artikel, dass die Veranstalter für den sogenannten Sponsorenlauf Unterstützer suchen. Dies ist aus Sicht der Redaktion keine Werbung im eigentlichen Sinne, weshalb man den Vorwurf des Verstoßes gegen eine klare Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung zurückweise. In Print sei diese Passage aus Platzgründen gestrichen worden.

Der Hinweis, die Redaktion hätte für eine linke Demo Werbung gemacht, sei ebenfalls haltlos. Im Zuge der Querdenker-Demos hätten in den vergangenen Jahren jeweils Gegendemos mit Tausenden Teilnehmern sowie der Einsatz von jeweils Tausenden Polizisten stattgefunden. Allein schon wegen der massiven Auswirkungen auf das öffentliche Leben am Tag der Großdemos gehöre es deshalb zu einer umfassenden Berichterstattung dazu, über die Motivation der „Querdenker“, als auch den Gegenprotest in seinen unterschiedlichen Facetten zu berichten.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung keine Verletzung der vom Beschwerdeführer genannten Ziffern des Pressekodex. Nach Ansicht des Ausschusses ist durch die Überschrift und die Leadzeile erkennbar, dass es sich beim Text um eine Vorberichterstattung zu einem in der Zukunft liegenden Ereignis, dem umgekehrten Sponsorenlauf, handelt. Zudem erklärt die Bildunterschrift „Sitzblockaden hinderten bei vergangenen Demonstrationen die ‚Querdenker‘ daran, ihre geplante Route zu gehen“, dass es sich bei den Abgebildeten um Gegendemonstranten gegen eine vorherige Querdenken-Demonstration handelt. Verstöße gegen die Ziffern 1, 2 und 3 des Pressekodex sind daher ausgeschlossen. Ein Verstoß gegen die Ziffer 7 ist nicht einschlägig.

Der Ausschuss sieht aber, dass die Bildunterschrift aufgrund der Aufklappfunktion nicht unbedingt ersichtlich ist und die Leadzeile als Bildunterschrift interpretiert werden könnte. Diese Nutzerführung hält der Beschwerdeausschuss für unglücklich, weil sie im Einzelfall zu Verwirrung führen kann – sicherlich ungewollt und aufgrund des Titels zum „umgekehrten Sponsorenlauf“ nicht im vorliegenden Fall. Er rät der Zeitung trotzdem, die Webseite so umzubauen, dass Bildunterschriften ohne zusätzliche Klicks zu sehen sind.

C. Ergebnis

Insgesamt liegt damit kein Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats vor, so dass der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet erklärt.

Die Entscheidung ergeht mit 4 Ja-Stimmen und 1 Nein-Stimme.

Ziffer 1 – Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde

Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.

Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien.

Ziffer 2 – Sorgfalt

Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.

Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.

Ziffer 3 – Richtigstellung

Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, insbesondere personenbezogener Art, die sich nachträglich als falsch erweisen, hat das Publikationsorgan, das sie gebracht hat, unverzüglich von sich aus in angemessener Weise richtigzustellen.

Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter

<https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>

Deutscher Presserat ∨ Postfach 12 10 30 ∨ 10599 Berlin

Fon: 030/367007-0 ∨ Fax: 030/367007-20 ∨ E-Mail: info@presserat.de ∨ www.presserat.de