

## „Hot-List“ ist eine Frage des Geschmacks

### Jugendliche erkennen Schmuddel-Tipps angeblich als Scherz

Eine Jugendzeitschrift veröffentlicht zwei Aufstellungen unter der Rubrik „Hot-List“. Die eine handelt von Dingen, mit denen man den traurigen Fan einer bekannten Popgruppe trösten kann. Die zweite Liste ist überschrieben mit „10 Tipps für schnellen Ferien-Sex!“ Erster Tipp: „Sag den Typen, dass Du 15 bist – und nicht 13!“ Ein weiterer Ratschlag: „Sag: Dumm fickt gut – hier ist mein Zeugnis!“ Ein Leser nennt die Tipps primitiv und widerwärtig. Insbesondere Tipp 1 sei eine gefährliche Aufforderung zur Lüge und zum Betrug. Der Beschwerdeführer, der den Deutschen Presserat anruft, wirft der Zeitschrift vor, gerade im Hinblick auf den Fall des in der Türkei inhaftierten Jungen die nötige Verantwortung außer Acht zu lassen. Die Rechtsabteilung des Verlags bezeichnet die veröffentlichten Listen als satirische Aufarbeitung zeitgeschichtlicher Ereignisse. Gerade Feriensex sei nach dem Fall des in der Türkei inhaftierten Jungen ein Thema, das bundesweit kontrovers diskutiert werde. Die Zeitschrift habe über diesen Fall ausführlich und journalistisch ausgewogen berichtet. Der Verlag geht davon aus, dass der Presserat nicht verlangen werde, Satire als Satire zu kennzeichnen. Der „verständige“ Leser der Zeitschrift sehe in der „Hot-List“ weder eine Verletzung des sittlichen Empfindens noch des Jugendschutzes. Die in diesen Listen gegebenen Tipps würden von den Jugendlichen durchaus als Scherz aufgefasst. (2007)

Handelt es sich bei der „Hot-List“ tatsächlich um Satire? Diese Frage beschäftigt den Presserat. Im Fall der Liste mit der Popgruppe kommt er zu dem Schluss, dass es sich um Satire handelt. Der humoristische Umgang mit aktuellen Themen scheint Teil des Konzepts der Rubrik zu sein. Das gleiche gilt auch für die Liste mit der überspitzten Darstellung von „10 Tipps für schnellen Ferien-Sex!“. Sie ist eindeutig nicht ernst gemeint. Über die geschmackliche Einordnung dieser Ratschläge äußert sich der Presserat nicht. Die Auffassungen über guten und schlechten Geschmack sind bekanntlich unterschiedlich. Der Presserat hat es sich daher zum Grundsatz gemacht, keine Bewertungen über Geschmacksfragen abzugeben. (BK2-132/07)

**Aktenzeichen:** BK2-132/07

**Veröffentlicht am:** 01.01.2007

**Gegenstand (Ziffer):** Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde (1);

**Entscheidung:** unbegründet