presserat

Meinungsumfrage

Sozialforscher bitten die Redaktion einer Boulevardzeitung, ihre Leserinnen zur Beteiligung an einer Umfrage aufzurufen, die sexuelle Belästigungen am Arbeitsplatz betrifft. Der Redaktion wird zur Erläuterung eine kurze Darstellung des Projekts und eine Pressemitteilung über das Ergebnis eines Workshops zum selben Thema übermittelt. Ein Volontär, mit der Ausarbeitung des Anliegens betraut, hält die in der Presseerklärung dargestellten Interviews bereits für das Zwischenergebnis einer repräsentativen Umfrage. Unter der Schlagzeile »Anmache: Karriere-Frauen schlimm dran« enthüllt sein Bericht, dass jede Frau schon ein oder mehrere Male am Arbeitsplatz sexuell belästigt worden ist: Als die Sozialforscher, die ihre Fragebogen tatsächlich noch gar nicht ausgegeben haben, die Verwechslung beanstanden, fragt die Zeitung ihre Leserinnen in einer zweiten Veröffentlichung zum selben Thema: »Anmache - wer hat Erfahrungen?«. (1988)

Der Deutsche Presserat hält die Verwechslung für einen gravierenden handwerklichen Fehler und erkennt einen Verstoß gegen Ziffer 2 des Pressekodex. Die Bearbeitung des Stoffes durch einen unerfahrenen Volontär hätte die Redaktion zu besonderer Sorgfalt veranlassen müssen. Es liegt allein in ihrer Verantwortung, wenn der Volontär zwischen Fragestellung und Ergebnissen einer Umfrage nicht unterscheiden kann. Nach Ansicht des Presserats ist es kein Ehrverlust, wenn eine Zeitung einen Fehler offen eingesteht. Im vorliegenden Fall wird der Leser durch die zweite Veröffentlichung noch einmal getäuscht. Da auch die Sozialforscher ihre Information nicht problemfrei übermittelt hatten, belässt es der Presserat dabei, die Redaktion auf ihre Sorgfaltspflicht hinzuweisen. (B 25/89)

Aktenzeichen:B 25/89
Veröffentlicht am: 01.01.1989
Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);
Entscheidung: Hinweis