

## Wahlkampf

### Kritik an Schlagzeile und Wahlkampfanzeigen im Lokalteil

Eine Regionalzeitung veröffentlicht unter der Überschrift „Die SPD muss mit einer schweren Schlappe rechnen“ eine Vorschau auf die Kommunalwahlen in einem deutschen Bundesland. Gleichzeitig platziert sie auf den beiden ersten Lokalseiten innerhalb von einzelnen Artikeln bis dahin völlig unübliche Kleinanzeigen der CDU mit dem Slogan „Ich wähle morgen ...“. Ein Ortsverein der SPD nimmt daran Anstoß und beschwert sich beim Deutschen Presserat. Im ersten Fall kritisiert er die Überschrift des Beitrages, mit der ein Abwärts-Trend der SPD „herbei geschrieben“ werde. Im zweiten Fall sieht er in der Platzierung der Wahlkampfanzeigen einen Verstoß gegen die journalistische Etikette. Der Chef vom Dienst der Zeitung legt Schlagzeilen anderer Zeitungen vor, die ähnliche Aussagen enthalten. Schließlich seien der Kommunalwahlen im Land Verluste der SPD-Regierungsmehrheit in zwei anderen Bundesländern vorausgegangen. Vor diesem Hintergrund sei der Vorwurf, seine Zeitung habe die Niederlage der SPD herbei geschrieben, lächerlich. Zu den Anzeigen erklärt der Sprecher der Redaktion, dass in seinem Haus seit vielen Jahren schriftlich geregelt sei, in welcher Größe und Anzahl auch Textanzeigen zu Wahlkampfzwecken geschaltet werden können. Diesen Vorgaben entsprächen die kritisierten Anzeigen. Solche Inserate könnten alle demokratischen Parteien, sofern sie im Bundestag vertreten seien, gegen Bezahlung schalten. Auch die SPD mache davon Gebrauch. Die Anzeigen seien somit keineswegs für den Kommunalwahlkampf erfunden worden. (1999)

Der Presserat kommt zu dem Ergebnis, dass die Überschrift „Die SPD muss mit einer schweren Schlappe rechnen“ eine zulässige Einschätzung der Redaktion darstellt. Im Vorfeld war es zu Verlusten der SPD-Regierungsmehrheit in zwei anderen deutschen Bundesländern gekommen. Diese Verluste ließen den Schluss zu, dass die SPD auch bei den bevorstehenden Kommunalwahlen in dem dritten Land Wähler verlieren würde. Diese Einschätzung vermittelt die Redaktion den Lesern durch die Überschrift, was aus presseethischer Sicht nicht zu kritisieren ist. Ein Verstoß gegen die in Ziffer 2 des Pressekodex geforderte Sorgfaltspflicht liegt somit nicht vor. Zur Beschwerde über die Wahlkampfanzeigen stellt der Presserat fest, dass diese eindeutig als Anzeigen gekennzeichnet sind. Die Zeitung teilte in ihrer Stellungnahme mit, dass solche Inserate von allen demokratischen Parteien, sofern sie im Bundestag vertreten sind, gegen Bezahlungen geschaltet werden können. Ein Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennungsgebot bzw. eine Ungleichbehandlung von Parteien sind daher nicht gegeben. Die Beschwerde wird als unbegründet zurückgewiesen. (B 35/00)

**Aktenzeichen:**B 35/00

**Veröffentlicht am:** 01.01.2000

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2); Trennung von Werbung und Redaktion (7);

**Entscheidung:** unbegründet