

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 1**  
**in der Beschwerdesache 0982/24/1-BA**

**Ergebnis:** **Beschwerde begründet, Hinweis, Ziffer 2**

**Datum des Beschlusses:** **18.03.2025**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Zeitung berichtet am 21.08.2024 online unter der Überschrift „Alles für ein schönes Lächeln“ über die Geschäftspraktiken von Anbietern von Alignern. Darin heißt es unter anderem, während Bracket-Zahnspangen für stärkere Fehlstellungen genutzt werden, könnten Aligner, transparente, dünne Schienen aus Kunststoff, für leichte Korrekturen von schiefen und verdrehten Zähnen eine Lösung sein. Sie werden den ganzen Tag über getragen und nur zum Essen herausgenommen. 1997 habe ein US-Unternehmen die Korrekturhilfe erfunden. Weil sich die Erfinder ihr Produkt patentieren ließen, konnten es Zahnärzte und Kieferorthopädinnen zunächst nur in Kooperationen mit dem Unternehmen in ihren Praxen anbieten. 2017 sei das Patent jedoch ausgelaufen. So habe sich der Markt für gewerbliche Anbieter geöffnet. Seit einigen Jahren vertrieben diese die Schienen vor allem online und werben damit, eine Behandlung bequem von zu Hause aus durchzuführen. Die Redaktion nennt vier verschiedene Produkte.

II. Die Beschwerdeführerin vertritt den Anbieter eines der genannten Produkte und trägt unter anderem vor, das Produkt sei nur über ausgebildete Zahnärzte und Kieferorthopäden erhältlich. Es sei noch nie online verfügbar gewesen – das Unternehmen verkaufe Aligner nicht direkt an Patienten. Sie habe sich diesbezüglich auch an die Redaktion gewandt.

III. Die Beschwerde wurde nach der Vorprüfung gemäß § 5 der Beschwerdeordnung beschränkt zugelassen auf die oben aufgeführte Kritik.

IV. Der mandatierte Rechtsanwalt trägt vor, zunächst sei darauf hingewiesen, dass die Beschwerdeführerin behaupte, sie habe sich im Oktober an die Beschwerdegegnerin gewandt. Eine solche Kommunikation sei der Beschwerdegegnerin nicht bekannt.

Die Beschwerdeführerin behaupte: „[Produktname 3] ist nur über ausgebildete Zahnärzte und Kieferorthopäden erhältlich. Es war noch nie online verfügbar – [Name Unternehmen] verkauft Aligner nicht direkt an Patienten.“

Diese Aussage sei nach ihren Recherchen richtig, aber das habe auch nicht im Artikel gestanden. Die Schienen der Beschwerdeführerin werden von den Vertragspartnern des Herstellers wie folgt beworben: „Die neuen Aligner erhalten Sie automatisch per Post zugeschickt. Über die [Produktname] @-App können Sie uns zudem über den Fortschritt Ihrer Behandlung auf dem Laufenden halten. Dadurch können gut geplante Korrekturen auch bei einer größeren Entfernung des Patienten durchgeführt werden.“

Die Beschwerdegegnerin habe deshalb nun formuliert: „Seit einigen Jahren preisen diese [Anbieter] die Schienen vor allem online an. Die meisten Anbieter werben damit, sie den Kunden nach Hause zu schicken. Sie heißen etwa...“

Dies sei nach der Internet-Werbung richtig. Aber auch vorher sei die Aussage richtig gewesen, dass die Schienen von den Vertragspartnern des Herstellers online vertrieben wurden und damit geworben wurde, dass man eine Behandlung mit dem Produkt bequem von zu Hause aus durchführen könne.

Die Beschwerdegegnerin habe mit der Berichterstattung nicht gegen den Pressekodex verstoßen. Dies gelte insbesondere für die Darstellung, dass die Schienen online beworben werden und die Behandlung bequem von zu Hause aus erfolgen können.

In einem Transparenzhinweis habe die Beschwerdegegnerin nun am Text vermerkt: „Korrekturhinweis: 2017 lief nicht nur ein, sondern mehrere Patente aus. Ebenso bewerben zwar alle Unternehmen ihre Produkte im Internet, bei einigen muss aber medizinisches Personal beteiligt sein.“

Damit sei alles Wesentliche gesagt. Die ursprüngliche Berichterstattung sei richtig gewesen. Ihre Mandantin habe die Umformulierung lediglich zur Vermeidung fernliegender Falschinterpretationen in den Text aufgenommen. Ein Verstoß gegen den Pressekodex liege nicht vor, sodass die Beschwerde zurückzuweisen sei. Etwaige Missverständnisse seien nun jedenfalls auch durch die Neuformulierung und Klarstellung ausgeschlossen.

## **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung unter der Überschrift „Alles für ein schönes Lächeln“ einen Verstoß gegen die in Ziffer 2 des Pressekodex festgeschriebene journalistische Sorgfaltspflicht.

Das Gremium stimmt der Beschwerdeführerin darin zu, dass durch die streitgegenständliche Formulierung bei der Leserschaft der irreführende und für das Unternehmen rufschädigende Eindruck entstehen konnte, das fragliche Produkt werde im Direktvertrieb ohne Einbeziehung von medizinischem Personal an Endkunden verkauft. Der Ausschuss begrüßt die klarstellenden Korrekturen durch die Beschwerdegegnerin.

### **C. Ergebnis**

Aufgrund des Verstoßes gegen die Ziffer 2 des Pressekodex erteilt der Beschwerdeausschuss der Redaktion gemäß § 12 Beschwerdeordnung einen Hinweis.

Die Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde ergeht mit 5 Ja-Stimmen und 1 Nein-Stimmen, die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergeht einstimmig.

#### 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.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter <https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>