Entscheidung

des Beschwerdeausschusses 2

in der Beschwerdesache 1201/24/2-BA

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

Datum des Beschlusses: **20.03.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Zeitung berichtet am 03.03.2024 unter dem Titel „Frankreich verbietet ‚vegetarische Wurst'" online über ein Gesetz in Frankreich, das Begriffe wie „vegetarische Wurst" für entsprechende Ersatzprodukte verbietet. Die Zeitung postet den Artikel auf ihren Social-Media-Kanälen am 24.12.2024 erneut. Der Post zeigt vegane und vegetarische Fleischersatzprodukte, im Bild stehen folgende Überschrift und Dachzeile: „Fleischindustrie moniert Verbraucherverwirrung: Frankreich verbietet Begriffe wie ‚vegetarische Wurst' oder ‚pflanzliches Steak'". Im Textfeld des Posts heißt es: „Zukünftig dürfen nur noch Produkte, die tatsächlich aus Fleisch bestehen, als ‚Schnitzel', ‚Steak' oder ‚Wurst' bezeichnet werden."

II. Der Beschwerdeführer moniert Verstöße gegen die Ziffern 1, 2 und 3 des Pressekodex. Er weist darauf hin, dass die Nachricht von März 2024 und damit alt sei. Die Zeitung teile den Text dazu aber immer wieder in den sozialen Netzwerken – zum Ragebaiting, wie er vermutet. Außerdem versäume die Zeitung, darauf hinzuweisen, dass der EuGH im Oktober 2024 im Kennzeichnungsstreit entschieden hat, dass auch Veggie-Wurst „Wurst" heißen darf.

III. Für die Zeitung nimmt der Online-Chefredakteur Stellung. Er erklärt, dass er zunächst erläutern will, warum die Zeitung Artikelteaser in sozialen Netzwerken wiederholt veröffentlicht.

Die abwertende Kommentierung dieser Praxis durch den Beschwerdeführer sei nämlich ungerechtfertigt.

Es gehe der Zeitung einfach nur darum, die Nutzer auf redaktionelle Inhalte aufmerksam zu machen, die sie interessieren könnten. Auf den Online-Portalen publizierte Artikel erreichten einen erheblichen Teil ihrer Leserschaft über Suchmaschinen und über soziale Netzwerke wie Facebook oder Instagram. Während bei der Suche die Nutzer interessenbasiert auf die Inhalte stießen, spielten in den sozialen Medien spontane Impulse die entscheidende Rolle. Entsprechend dieser Funktionsweise erreichten die Stücke der Zeitung dort ihr Publikum oftmals nicht schon im ersten Anlauf. Dies gelte umso stärker, als die Darstellung der Postings in den „Feeds“ der Nutzer von den Algorithmen der Plattformen gesteuert werde, auf die die Zeitung keinen Einfluss habe. Das sei der Grund, warum man nicht nur die jeweils neuesten Artikel, sondern auch ältere poste, wenn diese noch von aktuellem Interesse seien. Das Artikeldatum werde beibehalten – das Alter der Artikel bleibe also transparent.

Dabei werde jedes neue Posting noch einmal redaktionell geprüft. Auch im vorliegenden Fall habe eine solche Prüfung stattgefunden. Die Behauptung des Beschwerdeführers, der EuGH habe im Oktober 2024 den Streit entschieden und die Meldung sei deshalb überholt, ist nach Ansicht des Online-Chefredakteurs falsch. Der EuGH habe zwar im Oktober eine Entscheidung gefällt, diese habe jedoch die Vorläufer-Verordnung betroffen, die 2022 in Kraft treten sollte. Es wäre nach Ansicht des Online-Chefredakteurs gar nicht denkbar, dass der EuGH über eine französische Verordnung aus dem Februar 2024 schon im Oktober 2024 entscheidet.

Auf diese Vorläufer-Verordnung werde im dritten Absatz des Artikels Bezug genommen. Es werde mitgeteilt, dass dieses Verbot vom Obersten Verwaltungsgericht ausgesetzt wurde. Gerade deshalb habe die französische Regierung 2024 eine angepasste Verordnung veröffentlicht. Auch das gehe aus dem Artikel hervor.

Weil die EuGH-Entscheidung die vorangegangene, schon mehrere Jahre alte und seit 2022 von den Gerichten ausgesetzte Verordnung betraf, sei der Artikel aus dem März 2024 durch sie nicht hinfällig. Denn daraus lasse sich nicht ableiten, dass auch die angepasste Verordnung europarechtswidrig sei. Die neue Verordnung sei durch das EuGH-Urteil nicht annulliert worden.

Der Online-Chefredakteur berichtet, dass die Verordnung vom Februar 2024 nach Recherchen der Zeitung im Jahr 2025 für nichtig erklärt wurde. Das sei aber erst nach dem beanstandeten Posting geschehen. Heute würde selbstverständlich der Artikel nicht noch einmal in dieser Form angeteasert, sagt der Online-Chefredakteur. Aber zum Zeitpunkt, als das Posting erschienen ist, sei es nicht zu beanstanden gewesen.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in dem Beitrag einen Verstoß gegen die Ziffer 2 des Pressekodex. Das Ziel von sachlichem und wahrhaftigem Berichten ist, die Menschen über die Vorgänge in der Welt zu informieren. Nicht umsonst werden in einem Bericht gleich zu Beginn die fünf W-Fragen was, wann, wo, wie, weshalb beantwortet. Das Gesetz, um das es im Artikel geht, hat die französische Regierung im März 2024 verabschiedet. Der von der Zeitung veröffentlichte Facebook-Post erweckt aber – vor allem durch das Wort „zukünftig“ – den Eindruck, als dürften Fleischersatzprodukte in Frankreich erst seit Ende Dezember nicht mehr „Wurst“ oder „Fleisch“ heißen. Kurz: Der Facebook-Post vermittelt, dass diese Entwicklung und damit diese Nachricht neu sei. Zeitungen sind auch für ihre Inhalte auf Social Media verantwortlich.

C. Ergebnis

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

Die Entscheidungen über die Begründetheit der Beschwerde und die Wahl der Maßnahme ergehen jeweils einstimmig.

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.

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