

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 0264/25/3-BA

Ergebnis: **Beschwerde begründet, Missbilligung,
Ziffern 2, 7**

Datum des Beschlusses: **24.06.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Magazin veröffentlicht unter der Kennzeichnung „Verlagssonderveröffentlichung“ und der Überschrift „Start in die Zukunft“ das Ergebnis einer Studie „Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe“. Darin werden die gemäß der Studie besten Unternehmen nach Branchen sortiert gelistet. Unter „Methodik“ heißt es unter anderem: „Dabei bekamen die 14 000 mitarbeiterstärksten Unternehmen in Deutschland einen Fragebogen mit vier Themenblöcken (maximale Punktzahl in Klammern): strukturelle Daten (200), Ausbildungsentlohnung (80), Ausbildungserfolg (270) sowie Zusatzangebote (50). In Summe konnten hier maximal 600 Punkte erreicht werden. Diese Gesamtpunktzahl wurde anschließend über alle Unternehmen, die einen Fragebogen eingereicht haben, normiert. Hierbei bildete das beste Unternehmen jeder Branche mit 100 Punkten die Benchmark.“

II. Der Beschwerdeführer ist Geschäftsführer eines der gelisteten Unternehmen. Er trägt vor, in dem Artikel werde folgendes behauptet: „[Name] TEST habe dazu die 14.000 mitarbeiterstärksten Unternehmen des Landes untersucht“. In dem Bericht sei ihre Firma aufgeführt. Ihr Unternehmen habe weniger als 10 (!) Mitarbeiter. Es könne also davon ausgegangen werden, dass sie NICHT unter den 14.000 mitarbeiterstärksten Unternehmen Deutschlands seien. Stattdessen werde diese „Studie“ veröffentlicht, um den teilnehmenden Unternehmen ein Siegel „Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe“ zu verkaufen!

Offensichtlich sei also die Methodik nicht wahrheitsgemäß beschrieben und es finde eine Vermischung von Werbung und Redaktion statt. Ein entsprechender Hinweis fehle im Artikel. Stattdessen erhielten sie in regelmäßigen Abständen Fragebögen vom Marktforschungsinstitut, damit wieder eine „Studie“ durchgeführt werde, und man als „ausgezeichnetes Unternehmen“ nachher das teure Siegel kaufen könne/solle.

Der Beschwerdeführer legt ein Formular vor, mit dem Unternehmen ein Test-Siegel „Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe 2025“ gegen eine Lizenzgebühr für einen genannten Zeitraum käuflich erwerben können.

III. Der Head of National Business trägt vor, man habe die Beschwerde geprüft, halte sie aber für unbegründet und bitte den Beschwerdeausschuss, die Beschwerde zurückzuweisen.

Der Vorwurf eines Verstoßes gegen das Trennungsgebot sei aus der Luft gegriffen und werde auch durch die vom Beschwerdeführer vorgelegten Unterlagen nicht untermauert. Es handle sich bei der Studie „Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe“ um eine rein redaktionelle Testveröffentlichung, deren Inhalt in keiner Weise durch Zahlungen beeinflusst worden sei oder werden könne. Im Einzelnen:

- Hunderttausende junge Menschen begännen jedes Jahr eine Ausbildung. Durch ihre Recherchen wollten sie sie dabei unterstützen, einen Betrieb zu finden, der ihnen die bestmöglichen Voraussetzungen für einen erfolgreichen Berufseinstieg biete.

- Ihre Test-Veröffentlichungen seien rein redaktioneller Natur und hätten keinen werblichen Hintergrund. Die Auswahl der getesteten Unternehmen erfolge nach rein sachlichen Kriterien entsprechend der festgelegten Methodik. Keines der Unternehmen, das sie in ihre Untersuchung einbeziehen, müsse dafür bezahlen. Es werde nicht einmal nach seiner Zustimmung gefragt, denn für ihre journalistische Tätigkeit benötigten sie diese nicht. Die Markterhebung erfolge rein faktenorientiert vor dem Hintergrund des Informationsinteresses ihrer Leserschaft.

- Nach der Durchführung des Tests erhielten die Unternehmen, die in ihm positiv hervorgehoben würden, die Möglichkeit zur Lizenzierung sogenannter Test-Siegel. Diese Siegel ermöglichten eine Werbung mit ihren geschützten Marken/Logos und dürften daher nur nach Abschluss eines entsprechenden Vertrags verwendet werden. Mit den Siegel-Einnahmen finanziere man die aufwändigen Untersuchungen, die den Test-Veröffentlichungen zugrunde lägen. Es handle sich dabei um eine branchenübliche, inhaltsneutrale Finanzierungsform, durch die viele relevante Produkt- und Dienstleistungstests überhaupt erst möglich würden.

- Entscheidend sei: Die Aufnahme in die Liste der besten Ausbildungsbetriebe sei vollkommen unabhängig von einer etwaigen späteren Lizenznahme. Keines der gelisteten Unternehmen könne die Liste beeinflussen, insbesondere nicht durch eine Zahlung. Die Redaktion bzw. das testdurchführende Unternehmen könnten bei Erstellung der Liste noch nicht wissen, ob und wer später eine Siegel-Lizenz abschließe. Redaktion und Siegel-Vermarktung seien strikt getrennt.

- Es ergebe sich schon aus der Beschwerde selbst, dass die Aufnahme in die Liste von einer Siegel-Lizenzierung unabhängig sei: Das Unternehmen des Beschwerdeführers sei in der Veröffentlichung unter „Service-Dienstleister“ gelistet, obwohl der Beschwerdeführer von der Untersuchung offensichtlich nichts halte. Letzteres bedauerten sie zwar, aber das Testergebnis sei nun einmal so ausgefallen. Solange dies so sei, werde das Unternehmen des Beschwerdeführers auch in Zukunft jederzeit wieder gelistet, ohne jemals einen Euro zu bezahlen.

- Es gebe also keinerlei Anhaltspunkt für einen werblichen Charakter der Veröffentlichung

und damit auch nicht für einen Verstoß gegen das Trennungsgebot. Allerdings müssten sie einräumen, dass ihnen sowohl in dem redaktionellen Einleitungstext als auch in der Methodenbeschreibung ein Versehen unterlaufen sei. Dort heiße es jeweils, es seien die 14.000 mitarbeiterstärksten Unternehmen in Deutschland untersucht worden. Das sei jedoch im Jahr 2025 – anders als in den Vorjahren – nicht der Fall gewesen. Versehentlich sei das Wort „mitarbeiterstärksten“ nach Änderung der Erhebungsmethode nicht aus dem entsprechenden Text gestrichen worden. In der vorgelegten Pressemitteilung des Marktforschungsinstituts sei die Methodik korrekt dargestellt.

- Eine zutreffende Methodenbeschreibung werde von ihnen selbstverständlich auch in Zukunft sichergestellt. Das unterlaufene Versehen lasse aber in keiner Weise den vom Beschwerdeführer gezogenen Schluss einer „Vermischung von Werbung und Redaktion“ zu.

Die Beschwerde sei daher unbegründet.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung unter der Überschrift „Start in die Zukunft“ einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion sowie die in Ziffer 2 des Pressekodex festgehaltene journalistische Sorgfaltspflicht.

Die Beschwerdegegnerin führt in ihrer Stellungnahme aus, dass den in den Testsiegerlisten geführten Unternehmen – wie dem des Beschwerdeführers – nach dem Test ein Testsiegel gegen eine Nutzungsgebühr angeboten wird. Insofern nimmt der Verlag perspektivisch – wenn auch nachgelagert – durch die streitgegenständliche Veröffentlichung Geld ein. Dies begründet ein Eigeninteresse des Verlages an der Veröffentlichung, das gemäß Ziffer 7 des Pressekodex für die Leserschaft erkennbar sein muss. Eine unspezifische Kennzeichnung wie „Verlagssonderveröffentlichung“ erfüllt diese Anforderung nicht. Insofern eine den Erfordernissen entsprechende Kenntlichmachung vorliegend nicht ersichtlich ist, verstößt die Veröffentlichung gegen das Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Zudem gesteht die Beschwerdegegnerin ein, dass die Angabe „die 14 000 mitarbeiterstärksten Unternehmen in Deutschland“ falsch war. Insoweit liegt auch ein Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht vor.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß gegen die Ziffern 2 und 7 des Pressekodex für so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung die Maßnahme der Missbilligung wählt. Nach § 15 Beschwerdeordnung besteht zwar keine Pflicht, Missbilligungen in den betroffenen Publikationsorganen abzudrucken. Als Ausdruck fairer Berichterstattung empfiehlt der Beschwerdeausschuss jedoch eine solche redaktionelle Entscheidung.

Die Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde ergeht mit 6 Ja-Stimmen bei 1 Enthaltung, 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.

Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

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