

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 0325/25/3-BA

Ergebnis: **Beschwerde begründet, öffentliche Rüge,
Ziffern 2, 14**

Datum des Beschlusses: **24.06.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Magazin veröffentlicht online unter der Überschrift „Schweden ist mit einer Raucherquote von fünf Prozent ein Vorbild“ ein Wortlaut-Interview zum Thema Rauchen und Gesundheit. „Im Interview erklärt Dr. [Name des Experten], Head of Scientific & Medical Affairs von [Name Konzern] Deutschland, wie Schweden mit innovativen und historischen Methoden die Raucherquote drastisch senken konnte“, heißt es in der Einleitung. Dabei gehe der Experte auch auf die Vorteile von Nikotinprodukten ohne Verbrennung ein und diskutiere mögliche Maßnahmen, die Deutschland von Schweden übernehmen könnte. Der Experte erläutert, Schweden habe eine niedrigere Raucherquote und rauchbedingte Sterblichkeit. Nicht das Nikotin an sich sei gefährlich, sondern die Art und Weise, wie es konsumiert werde. Deutschland könne sich ein Beispiel nehmen und alles dafür tun, dass die heutigen Raucher alle Alternativen zur Zigarette haben. Dazu gehörten die E-Zigarette, der Tabakerhitzer und der Nikotinbeutel. Im Interview wird dem Experten umfänglich Gelegenheit gegeben, die Vorteile alternativer Tabakkonsumformen gegenüber Rauchen darzustellen. Die letzten drei Fragen des Interviews drehen sich um das Thema Tabakerhitzer, die einleitende Fragen lautet: „Gibt es Langzeitstudien oder belastbare Ergebnisse über die Wirkung von Tabakerhitzern wie [Markenname von Tabakerhitzern des Konzerns des Interviewten]?“

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, er sehe einen Verstoß gegen den Pressekodex darin, dass in dem Interview unverhohlen Werbung für abhängig machende Tabakwaren gemacht werde. Dazu werde ein Interview mit einem Experten geführt, der von einem (namentlich genannten) Konzern sei. Dieser sei ein multinationaler Tabakkonzern, der Zigaretten und rauchlose Produkte herstelle. Es werde auch nicht darauf hingewiesen, dass der Experte laut eines Online-Lexikons für den Tabakkonzern arbeite.

III. Die Beschwerde wurde nach einer Vorprüfung gemäß § 5 der Beschwerdeordnung erweitert zugelassen auf mögliche Verstöße gegen die Ziffer 2 des Pressekodex.

IV. Der Ressortleiter Finanzen, Immobilien & Auto trägt vor, er habe das Interview geführt. Anlass seien aktuelle Meldungen gewesen, dass Schweden sein seit längerer Zeit verfolgtes Ziel, 2025 als „de facto rauchfrei“ zu gelten (Raucherquote unter 5%), erreichen könnte. Sehe man genauer hin, so zeige sich seines Erachtens ein für die deutsche Öffentlichkeit sehr relevantes, differenziertes Bild, wonach die niedrige Raucherquote offenbar vor allem durch Verfügbarkeit und Akzeptanz bestimmter Alternativprodukte habe erreicht werden können. Bei seinen Recherchen zu diesem Thema sei er auf den Experten als interessanten Interviewpartner gestoßen, weil er als Krebsforscher zu einem Tabakkonzern gekommen sei und sich in dieser Position für die Rauchprävention starkmache. Vor allem habe ihn sein Ansatz überzeugt, das Thema sachlich und datenbasiert zu diskutieren. Dieser Ansatz spiegele sich auch in dem Interview wider. Selbstverständlich habe er auch andere Quellen herangezogen, um diese Antworten zu validieren. Nach seinen Recherchen stellten sich die Aussagen des Experten als differenziert und ausgewogen dar, zumal er von sich aus betone, dass der vollständige Verzicht auf Rauchen und Nikotin die beste Alternative sei. Das ändere allerdings nichts an den deutlichen Hinweisen darauf, dass Alternativprodukte wie Tabakerhitzer und orale Nikotinprodukte deutlich weniger gesundheitsschädlich seien als das Rauchen.

Entgegen der Kritik des Beschwerdeführers werde in dem Artikel nicht verschwiegen, dass der Interviewpartner für einen Tabakkonzern arbeite. Der genannte Konzern sei allgemein bekannt und seine Tätigkeit für diese Firma werde sowohl in der Bildunterschrift als auch im Einleitungsabsatz mitgeteilt.

Es werde auch in keiner Weise „Werbung für abhängig machende Tabakwaren“ gemacht. Diesen Vorwurf halte er für abwegig. Sachlicher als in diesem Interview könne man über diese Produkte gar nicht schreiben. Diese würden in keiner Weise als erstrebenswert oder „cool“ dargestellt, sondern einzig und allein in ihrer mit Zahlen und Daten unterlegten Rolle als „kleineres Übel“ bei der Verringerung gesundheitlicher Folgen des Rauchens. Der Beschwerdeführer sei anscheinend der Meinung, dass Alternativprodukte zu Zigaretten gar nicht erwähnt werden sollten, weil sie ebenfalls abhängig machten. Das sei sein gutes Recht, aber sein journalistischer Ansatz sei ein anderer, nämlich über die Vor- und Nachteile dieser Produkte sachlich zu informieren. Es gebe in Deutschland zig Millionen Raucherinnen und Raucher, die von diesen Informationen gesundheitlich profitieren könnten.

Der Presserat werfe noch die Frage auf, ob die Positionen des Interviewten hätten „deutlicher journalistisch eingeordnet werden müssen, beispielsweise durch Wiedergabe von Einschätzungen eines Gesundheitsexperten“. Den darin enthaltenen Vorwurf einer mangelnden journalistischen Einordnung wolle er für seine Person zurückweisen. Er habe durchaus kritische Fragen gestellt, etwa dazu, ob die neuen Nikotinprodukte als „Einstiegsdroge“ für Minderjährige wirken könnten sowie zu (bisläng noch fehlenden) Langzeitstudien. Sein Interviewpartner sei zudem selbst ein Gesundheitsexperte, auch wenn er für einen Tabakkonzern arbeite. Er sage selbst, dass der gänzliche Verzicht auf Nikotin und Tabak die beste Option sei, was sicherlich auch jeder andere Gesundheitsexperte bestätigen würde. Er habe – wie gesagt – im Rahmen seiner Möglichkeiten die Angaben des Interviewten auch gegengeprüft und keine Anhaltspunkte dafür gefunden, dass es relevante

abweichende Studienergebnisse oder Daten geben könnte. Offensichtlich bestehe ein Unbehagen, weil der Konzern auch Alternativprodukte zu Zigaretten herstelle. Doch das allein reiche nicht aus, die Antworten des Experten abzuwerten, wenn sie sachlich nun einmal valide seien. Es gebe seines Erachtens auch keinen presseethischen Grundsatz, für jeden Interviewpartner immer auch einen Gegenpart zu suchen und zu befragen, der eine andere Auffassung vertrete (falls es einen solchen überhaupt gebe). Unterschiedliche Auffassungen zu Themen seien in einer pluralistischen Medienwelt der Normalfall und er sehe die Aufgabe von Journalisten nicht darin, die Nutzerinnen und Nutzer in eine bestimmte Richtung zu beeinflussen, sondern ihnen eine eigene Meinungsbildung auf sachlicher Grundlage zu ermöglichen.

Daher bitte er den Presserat, die Beschwerde als unbegründet zurückzuweisen.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung unter der Überschrift „Schweden ist mit einer Raucherquote von fünf Prozent ein Vorbild“ schwere Verstöße gegen die in Ziffer 2 des Pressekodex festgeschriebene journalistische Sorgfaltspflicht und die in Ziffer 14 des Pressekodex niedergelegten Grundsätze zur Medizin-Berichterstattung.

Das Interview fokussiert deutlich auf gesundheitliche Vorteile von alternativen Nikotin-Produkten gegenüber herkömmlichen Zigaretten. Zwar sagt der Interviewte z. B. auch „Natürlich ist es immer besser, ganz auf Nikotinprodukte zu verzichten“, relativiert dies aber wiederum mit „Snus ist im Vergleich zu herkömmlichen Zigaretten aber das deutlich kleinere Übel“. Dem Interviewten wird viel Raum gegeben, die alternativen Nikotin-Produkte als (relativ) gesunde Konsumalternative darzustellen, ohne dass dies redaktionell kritisch hinterfragt wurde. Die Leserschaft erfährt zum Beispiel nichts über die konkreten Suchtgefahren und gesundheitlichen Risiken durch die Alternativprodukte.

In der Gesamtschau sah das Gremium im Ergebnis einen verharmlosenden Effekt gegenüber den alternativen Nikotin-Produkten, dem die Redaktion in geeigneter Weise (z. B. durch redaktionelle Einordnungen bzw. Einordnung durch einen Gesundheitsexperten oder entsprechende Nachfragen) hätte entgegentreten müssen. Die Ausschussmitglieder stellten vor diesem Hintergrund einen schweren Verstoß gegen die Ziffern 2 und 14 des Pressekodex fest.

Verstöße gegen die Ziffern 6 und 7 des Pressekodex liegen hingegen nicht vor. Der Interviewte wird als Mitarbeiter eines Tabakkonzerns vorgestellt. Insofern wird der Leserschaft hinreichend transparent, aus welcher Position heraus der Befragte argumentiert. Auch sah das Gremium in der einmaligen Produktnennung in einer der dem Interviewten gestellten Fragen vorliegend mehrheitlich die Grenze zur Schleichwerbung als noch nicht überschritten an. Im Interview steht deutlich die Konsumform im Vordergrund, nicht konkrete Produkte. An der Frage gesundheitlicher Aspekte verschiedener Konsumformen von Tabak ist grundsätzlich ein hinreichendes öffentliches Interesse anzunehmen, das vorliegend überwiegt.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde wegen eines Verstoßes gegen die Ziffern 2 und 14 des Pressekodex für begründet. Presseethisch bewertet der Ausschuss den Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze als so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung eine öffentliche Rüge ausspricht. Die Redaktion wird gebeten, die Rüge gemäß Ziffer 16 Pressekodex zeitnah zu veröffentlichen.

Die Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde ergeht mit 6 Ja-Stimmen bei 1 Enthaltung, die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergeht 5 Ja-Stimmen bei 2 Enthaltungen.

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 14 – Medizin-Berichterstattung

Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessen sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte. Forschungsergebnisse, die sich in einem frühen Stadium befinden, sollten nicht als abgeschlossen oder nahezu abgeschlossen dargestellt werden.

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