

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 2**  
**in der Beschwerdesache 0337/25/2-BA-V**

**Beschwerdeführung:**

**Beschwerdegegner:**

**Ergebnis:** **Beschwerde unbegründet, Ziffer 2**

**Datum des Beschlusses:** **23.09.2025**

**Mitwirkende Mitglieder:**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht am 22.04.2025 online einen Artikel unter der Überschrift „Freibad im Regionalverband verbietet Gästen in Bikini oder Badehose den Zutritt“. Der Beitrag informiert über Änderungen der Haus- und Badeordnung in einem Freibad. Im ersten Satz des Artikels wird mitgeteilt, dass, wer künftig in dem Freibad schwimmen wolle, es nicht mehr in Badekleidung betreten dürfe. Im Text heißt es, dass Gäste mit angezogener Schwimmkleidung künftig nicht mehr durch den Eingang dürfen. Die Schwimmkleidung müsse separat mitgenommen werden und dürfe erst im Bad in den Umkleidekabinen angezogen werden. Dabei dürfe sich das Badpersonal auch die Taschen der Gäste zeigen lassen. Wer keine mitgebrachte Schwimmkleidung vorzeigen könne, dürfe nicht ins Bad.

II. Nach Ansicht des Beschwerdeführers ist die Überschrift verkürzend und irreführend. Sie solle aufgeregte Kommentare und Klicks generieren.

III. Der Chefredakteur teilt mit, dass der beanstandete Artikel sich mit der Änderung der Haus- und Badeordnung eines Freibades befasse. Der Gemeinderat habe diese aus hygienischen Gründen dergestalt angepasst, dass künftig Badegäste nicht mehr mit angezogener Schwimmkleidung das Schwimmbad betreten dürften, sondern die

Badebekleidung erst im Schwimmbad angezogen werden darf. Das Bad behalte sich vor, die Taschen der Besucher zu kontrollieren. Diese Änderung habe in regionalen und sogar überregionalen Medien eine breite Resonanz gefunden. Auch andere Medien hätten den Nachrichten Kern des Zutrittsverbots in Badebekleidung und die verschärften Regeln thematisiert.

Aufgabe einer Überschrift sei es, durch die Hauptzeile, auf den nachfolgenden Artikel aufmerksam zu machen und ihn beim Leser zu bewerben. So solle die Überschrift das Interesse des Lesers wecken und gleichzeitig aber auch die sachliche Information transportieren. Eine Überschrift sei aufgrund ihrer Funktion als Mittel zum Rezeptionsanreiz bewusst kurz.

Die beanstandete Überschrift enthalte die wesentlichen Fakten des Artikels, nämlich das Zutrittsverbot in Bikini oder Badehose. Durch die Dachzeile werde auch deutlich, dass es eine neue Haus- und Badeordnung gibt. Im Teaser sei beschrieben, dass das Freibad nicht mehr in Badekleidung betreten werden darf. Die Überschrift sei folglich keineswegs bewusst irreführend und verkürzt.

### **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung der in Ziffer 2 des Pressekodex definierten journalistischen Sorgfaltspflicht. Die Mitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass die Überschrift des Artikels nicht zu beanstanden ist. Sie ist zwar verkürzend, aber nicht falsch, da die Badegäste nicht bereits am Eingang die Schwimmkleidung, mit der sie ins Wasser gehen möchten, tragen dürfen. Dieser Sachverhalt wird im Text ausführlich erläutert, sodass der Leser in der Gesamtschau korrekt informiert wird und die Berichterstattung unter presseethischen Gesichtspunkten nicht zu beanstanden ist.

### **C. Ergebnis**

Insgesamt liegt damit kein Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats vor, so dass der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet erklärt.

Die Entscheidung 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>

Deutscher Presserat Postfach 12 10 30 10599 Berlin

Fon: 030/367007-0 Fax: 030/367007-20 E-Mail: [info@presserat.de](mailto:info@presserat.de) [www.presserat.de](http://www.presserat.de)

