

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 1**  
**in der Beschwerdesache 0932/25/1-BA**

**Ergebnis:** **Beschwerde begründet, Hinweis, Ziffer 2**  
**Datum des Beschlusses:** **17.03.2026**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht mehrere Beiträge zur anstehenden Oberbürgermeisterwahl.

1. Im Beitrag vom 18.08.2025 „So schätzen [Stadtname] OB-Kandidaten die Stimmung ein“ befragt die Redaktion die OB-Kandidaten und -Kandidatinnen dazu, wo ihrer Ansicht nach die Probleme der Stadt liegen, wie sich die Stadt in den letzten Jahren entwickelt hat und was in der Stadt gut und was schlecht läuft. Den Antworten stellt die Redaktion die Ergebnisse einer Forsa-Umfrage unter Bürgern gegenüber.

2. Am 06.09.2025 erscheint auf Seite 1 ein weiterer Artikel mit dem Titel „Kampf ums OB-Amt: [Name Bürgermeister] lässt Federn, [Name Herausforderer] startet zur Aufholjagd“, in welchem die Redaktion berichtet, wen die Bürgerinnen und Bürger laut einer Forsa-Umfrage wählen würden. Der Beitrag enthält ein Balkendiagramm über welchem die Aussage „So würden die [Name der Einwohner] ihren neuen Oberbürgermeister wählen“ steht. Als Quelle wird „RN/FORSA-Umfrage September 2025“ genannt. Am Beitragsende verweist die Redaktion auf das Thema der Woche auf Seite 3, welches die Forsa-Umfrage ist (s. 3.).

3. In der gleichen Ausgabe erscheint auch der Beitrag „Neue Forsa-Umfrage: Parteiloser OB-Kandidat wurde lang unterschätzt“ und daneben das Interview „Wie verlässlich sind die Prognosen, Herr Güllner?“, in welchem der Geschäftsführer des Forsa-Instituts zu der

Umfrage befragt wird. Hierin werden der Befragungszeitraum und die Anzahl der Befragten benannt sowie die Information gegeben, dass es sich um eine repräsentative Umfrage unter Wahlberechtigten handelt.

II. Der Beschwerdeführer macht verschiedene Verstöße gegen die Ziffern 1, 2 und 8 des Pressekodex geltend.

*Anmerkung: Das Beschwerdeverfahren wurde gemäß § 5 Abs. 2 der Beschwerdeordnung beschränkt zugelassen auf den Beitrag vom 18.08.2025 („So schätzt ...“) und den Beitrag vom 06.09.2025 („Kampf ums OB-Amt: ...“) und insoweit die fehlenden Pflichtangaben nach Richtlinie 2.1 sowie Verwendung des Begriffs „Bürger“ statt „Wahlberechtigte“ im Artikel vom 18.08.2025 („So schätzt ...“) und eine mögliche Verletzung der Ziffer 2 des Pressekodex.*

Zu einer möglichen Verletzung von Ziffer 2, Richtlinie 2.1 trägt der Beschwerdeführer vor, aus seiner Sicht erfülle die Beschwerdegegnerin nicht die Anforderungen an die Transparenz bei der Verwendung von Umfrageergebnissen.

III. Nach Ansicht des Chefredakteurs, welcher für die Beschwerdegegnerin antwortet, erfüllt die Berichterstattung die Anforderungen des Pressekodex nicht nur, sie übertreffe sie in zentralen Punkten deutlich.

1. Unmittelbar neben dem Artikel „Neue Forsa-Umfrage“ vom 06.09.2025 – dieser ist nicht Beschwerdegegenstand (s. Beschränkung) – habe man einen ausführlichen, gut sichtbaren und klar formulierten Transparenztext veröffentlicht. Dieser erläutere detailliert, wie die Umfrage zustande gekommen sei, nach welchen wissenschaftlichen Prinzipien sie arbeite und wie ihre Aussagekraft einzuordnen sei.

Man habe sich ausdrücklich dafür entschieden, nicht allein Ergebnisse zu präsentieren, sondern die Methodik, Grenzen und Unsicherheiten aktiv zu erklären. Dieses Vorgehen gehe über das presseethisch zwingend Erforderliche hinaus und diene bewusst der informierten Meinungsbildung ihrer Leserinnen und Leser.

Im begleitenden Transparenztext habe man klar und unmissverständlich offengelegt, dass 1.007 wahlberechtigte Einwohner im Zeitraum vom 25. bis 29. August 2025 befragt worden seien. Zudem sei allgemeinverständlich erläutert worden, was der Begriff „repräsentativ“ bedeute und warum die Zusammensetzung der Stichprobe entscheidend sei. Auch das methodische Vorgehen sei detailliert erklärt worden, was der Stellungnehmende weiter ausführt. Dieser Grad an methodischer Einordnung sei in der täglichen Berichterstattung über Wahlumfragen keineswegs selbstverständlich, sei hier jedoch bewusst gewählt worden.

Im Transparenztext seien Grenzen, Fehlertoleranz und Unsicherheiten klar benannt worden, ebenso wie die Beschwerdegegnerin als Auftraggeberin der Befragung.

Die Vorgaben der Richtlinie 2.1 des Pressekodex seien damit vollständig erfüllt.

2. Der erläuternde Transparenztext sei bewusst in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Ergebnisdarstellung veröffentlicht worden.

Eine Wiederholung aller methodischen Details in jedem einzelnen Artikel wäre nach Ansicht des Chefredakteurs weder journalistisch sinnvoll noch presseethisch gefordert. Maßgeblich sei die Gesamtdarstellung, und diese sei vollständig, transparent und korrekt.

3. Die Berichterstattung beschränke sich nicht auf die Darstellung von Zahlen. Vielmehr werde ausdrücklich auf die besondere Verantwortung von Medien bei der Veröffentlichung

von Wahlumfragen hingewiesen. Diese Verantwortung habe die Beschwerdegegnerin nicht nur wahrgenommen, sondern selbst zum Gegenstand journalistischer Reflexion gemacht.

4. An der beanstandeten Stelle im Artikel vom 18.08.2025 verwende man den Begriff „Bürger“, nicht jedoch „befragte Bürger“ oder „alle Bürger“.

Der Begriff „Bürger“ werde in der politischen Berichterstattung seit Jahrzehnten als sprachlich zulässige und allgemein verständliche Verkürzung für wahlberechtigte Bürgerinnen und Bürger verwendet. Der Kontext des Artikels mache eindeutig klar, dass es um die Einschätzungen derjenigen gehe, die an der Wahl teilnehmen dürfen. Eine Irreführung liege nicht vor.

5. Der beanstandete Artikel sei Teil einer mehrteiligen Serie zur Forsa-Umfrage. Andere Beiträge derselben Serie erläuterten Methodik, Repräsentativität, Umfang und Aussagekraft ausführlich. So habe die Redaktion bereits am 14.08.2025 in der Berichterstattung, welche vorgelegt wurde, sowie im unmittelbar danebenstehenden Kommentar ausführlich darauf hingewiesen, wie viele Personen befragt worden seien und dass die Beschwerdegegnerin das Institut Forsa mit der Durchführung dieser repräsentativen Umfrage beauftragt habe. Die Offenlegung der zentralen methodischen Eckdaten sei damit nicht nur punktuell erfolgt, sondern wiederholt und konsequent.

Die Berichterstattung der Beschwerdegegnerin zur Forsa-Umfrage sei transparent, methodisch sauber, klar eingeordnet und zurückhaltend interpretiert. Die presseethischen Anforderungen seien erfüllt und in wesentlichen Punkten bewusst übererfüllt worden. Eine Irreführung der Leserinnen und Leser liege nicht vor.

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

Die beschwerdegegenständliche Berichterstattung unter der Schlagzeile „So schätzen [Stadtname] OB-Kandidaten die Stimmung ein“ vom 18.08.2025 verletzt die Sorgfalt nach Ziffer 2 des Pressekodex. Im Rahmen dieser Berichterstattung werden nicht die Pflichtangaben gemacht, die nach Richtlinie 2.1 erforderlich sind, wie Zahl der Befragten und die Information, ob die Umfrage repräsentativ ist. Dass diese Informationen bereits in einer mehrere Tage vorangegangenen Berichterstattung gegeben wurden, ist insoweit nicht ausreichend.

Im Übrigen ist die Beschwerde unbegründet. Zwar werden die Pflichtangaben nach Richtlinie 2.1 nicht in dem Seite-1-Beitrag „Kampf ums OB-Amt: [Name Bürgermeister] lässt Federn, [Name Herausforderer] startet zur Aufholjagd“ vom 06.09.2025 selbst gegeben. Hier wird jedoch am Ende des Beitrags auf die Berichterstattung auf Seite 3 verwiesen, in welcher die Umfrageparameter ausführlich dargestellt werden. Dies stellt eine ausreichende Verknüpfung und damit Kenntnisnahmemöglichkeit für die Leserschaft dar.

Auch die Gleichsetzung von Bürgern mit Wahlberechtigten ist hier nicht zu beanstanden, da aus dem Kontext ersichtlich ist, dass diese gemeint sind.

### **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 sowie die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergehen jeweils 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.

#### Richtlinie 2.1 – Umfrageergebnisse

Bei der Veröffentlichung von Umfrageergebnissen teilt die Presse die Zahl der Befragten mit, den Zeitpunkt der Befragung, die Fragestellung sowie wer die Umfrage in Auftrag gegeben hat. Zugleich muss mitgeteilt werden, ob die Ergebnisse repräsentativ sind.

Sofern die Umfrage auf eigene Initiative des Meinungsbefragungsinstitutes entstanden ist, soll dies bei der Veröffentlichung der Umfragedaten vermerkt werden.

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