

13.09.2019

## **Rüge für "Schwertmord"-Berichterstattung**

Der Deutsche Presserat hat auf seinen aktuellen Sitzungen 13 Rügen ausgesprochen – u.a. wegen Verletzungen des Opferschutzes und der Sorgfaltspflicht. Die Nationalität des Täters vom Frankfurter Hauptbahnhof durfte genannt werden. Beschwerden über Berichte zum „Schweinefleisch-Verbot“ in Kitas wies der Presserat ebenfalls als unbegründet zurück.

### **Stuttgarter Schwertmord: Darstellung respektlos vor dem Leid der Angehörigen**

Als übertrieben sensationell nach Ziffer 11 des Pressekodex rügte der Presserat die Berichterstattung über den „Schwert-Mord mitten auf der Straße“ in BILD und auf BILD.DE. Vor allem kritisierten die Mitglieder die Täterperspektive, aus der die Redaktion das Verbrechen zeigte – u.a. veröffentlichte sie auf der Titelseite ein Foto des mutmaßlichen Mörders mit erhobenen blutigen Armen. Die Redaktion lief damit Gefahr, sich zum Werkzeug des Verbrechens zu machen. Ebenfalls nicht vom Informationsinteresse der Öffentlichkeit gedeckt war die identifizierende Darstellung des Opfers. Zu sehen war ein Porträtfoto des Mannes vor der Tat, daneben ein verpixelttes Bild des Sterbenden in einer Blutlache. Die Darstellung verstößt gegen den Opferschutz nach Ziffer 8, Richtlinie 8.2 des Pressekodex. Sie geht zudem respektlos mit dem Leid der Angehörigen um.

### **Herkunft des Täters vom Frankfurter Hauptbahnhof durfte genannt werden**

An der Herkunft des Gewalttäters vom Frankfurter Hauptbahnhof bestand ein berechtigtes öffentliches Interesse. Der Presserat sah keine Verletzung des Diskriminierungsverbots nach Richtlinie 12.1 und wies entsprechende Beschwerden ab. Der ursprünglich aus Eritrea stammende Mann hatte eine Frau und ihren Sohn vor einen einfahrenden Zug gestoßen, das Kind starb. Die Tat von Frankfurt war ein besonders schweres und in ihrer Art und Dimension außerordentliches Verbrechen. Diese Kriterien sprechen laut den vom Presserat herausgegebenen Praxis-Leitsätzen zur Richtlinie 12.1 für die Nennung der Herkunft eines Täters.

### **Bericht und Kommentar zu „Schweinefleisch-Verbot“ in Leipziger Kitas sind von der Meinungsfreiheit gedeckt**

Der Presserat sieht in dem Bericht „Aus Rücksicht auf das ‚Seelenheil‘: Kita streicht Schweinefleisch für alle Kinder“ und dem Kommentar „Kniefall vor den Falschen!“ in BILD und auf BILD.DE weder eine Verletzung des Wahrhaftigkeitsgebots nach Ziffer 1 noch eine Diskriminierung nach Ziffer 12 des Pressekodex. Entsprechende Beschwerden wies der Presserat als unbegründet zurück. Die Tatsache, dass eine Kitaleitung ankündigte, Schweinefleisch und gelatinehaltige Lebensmittel vom Speiseplan zu nehmen, durfte die Redaktion als „Schweinefleisch-Verbot“ interpretieren. Trotz intensiver Diskussion über die inhaltliche Zuspitzung der Berichterstattung kam der Beschwerdeausschuss einstimmig zu dem Schluss, dass sie im Rahmen der Meinungsfreiheit zulässig ist. Auch die von den Beschwerdeführern kritisierten Sorgfaltsmängel konnte die Redaktion in ihrer Stellungnahme widerlegen.

## **Bericht über Bluttest bei Brustkrebs weckte falsche Hoffnungen**

Eine Rüge erhielt BILD.DE für die Veröffentlichung einer Exklusiv-Geschichte unter der Überschrift „Erster Blut-Test erkennt zuverlässig Brustkrebs“ über einen von Heidelberger Forschern entwickelten Brustkrebs-Test. Der Beschwerdeausschuss stellte Verstöße gegen die gebotene Sorgfalt in der Medizin-Berichterstattung (Ziffern 2 und 14 des Pressekodex) fest. Der Artikel über das als „medizinische Sensation“ beschriebene Testverfahren beruhte allein auf einer Pressemitteilung des Universitätsklinikums und Aussagen der beteiligten Forscher und war geeignet, unberechtigte Hoffnungen bei Betroffenen zu wecken. Wie sich später herausstellte, hatten die Forscher den Stand des Testverfahrens positiver dargestellt, als es dem Forschungsstand entsprach. Die Redaktion hatte bei ihrer exklusiven Berichterstattung versäumt, die gemachten Angaben durch weitere Quellen zu überprüfen.

## **Asteroid-Schlagzeilen erst auf den zweiten Blick als Werbung erkennbar**

Wegen einer Verletzung der in Ziffer 7 Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung sowie des Ansehens der Presse nach Ziffer 1 gerügt wurden die HAMURGER MORGENPOST, der BERLINER KURIER, der EXPRESS sowie die TZ. Die Zeitungen hatten auf den Titelseiten ihrer Printausgaben redaktionell gestaltete Anzeigen veröffentlicht, in denen u. a. mit Schlagzeilen wie „War's das?“ und „8 Tage bis zum Einschlag“ für eine neue TV-Serie geworben wurde, in deren Mittelpunkt ein Asteroideneinschlag auf der Erde steht. Die Werbung war für die Leser nicht eindeutig als solche erkennbar. Es bestand die Gefahr, dass Leser sie für eine redaktionelle Berichterstattung über ein real stattfindendes Ereignis halten und dadurch Panik geschürt werden könnte. Nach Ansicht des Presserats ist diese Art von Werbung zudem geeignet, das Ansehen der Presse in Gefahr zu bringen, da die Anzeigen sehr stark an das redaktionelle Layout angelehnt waren und die gerügten Medien dieser bewussten Vermengung von Falschinformation zu Werbezwecken mit dem Anschein echter Nachrichten nicht entgegengetreten sind.

## **Französischer Präsident als Brandstifter**

WEB.DE wurde gerügt für die Veröffentlichung einer Karikatur zum Brand der Pariser Kathedrale Notre Dame. Auf der Zeichnung stehen links von der Kathedrale ein Polizist und ein Träger einer Gelbweste, die sich umarmen und entsetzt auf das brennende Kirchengebäude schauen. Rechts von Notre Dame ist ein augenzwinkernder Emmanuel Macron mit einer brennenden Fackel in der Hand zu sehen. Die Unterzeile der Karikatur lautet „Macron eint die Nation“. Der Presserat sieht in dieser Darstellung eine Ehrverletzung (Ziffer 9 Pressekodex) des französischen Staatspräsidenten, da sie suggeriert, der Präsident sei als Initiator einer Brandstiftung für das Feuer in Notre Dame verantwortlich.

## **Irreführende Überschrift zu Statement von Politiker**

Die Online-Ausgabe von JUNGE FREIHEIT wurde wegen eines deutlichen Verstoßes gegen die journalistische Sorgfaltspflicht (Ziffer 2 des Pressekodex) gerügt. Das Portal hatte unter der Überschrift „Tauber will Asylkritikern Grundrechte entziehen“ über einen Gastbeitrag des ehemaligen CDU-Generalsekretärs in einer Tageszeitung berichtet. Der Politiker hatte sich in seinem Beitrag jedoch lediglich angesichts von Gewalt durch Rechtsextreme für den Entzug von Grundrechten für Verfassungsfeinde ausgesprochen. Der von der Redaktion hergestellte Bezug zu Asylkritikern war vom Inhalt des Beitrags nicht gedeckt.

## **Opfer kurz vor der Ermordung fotografiert**

Wegen eines schweren Verstoßes gegen den in Ziffer 8 des Pressekodex festgehaltenen Schutz der Persönlichkeit und das in Ziffer 11 aufgeführte Verbot von Sensationsberichterstattung wurde STERN CRIME gerügt. Das Magazin hatte unter der Überschrift „Killer on the Road“ über einen Serienmörder

berichtet, der in den 1980er- und 90er-Jahren Tramperinnen an Highway-Raststätten in den USA aufgelesen und getötet hatte. Insbesondere die Veröffentlichung eines Fotos, das der Täter von einem der minderjährigen Opfer kurz vor dessen Ermordung gemacht hatte, verstieß gegen den Opferschutz und erfüllte das Kriterium der unangemessenen Darstellung. In dem Artikel wurden zudem weitere Opfer namentlich genannt und durch Portraitfotos identifizierbar dargestellt.

### **Unfall mit Polizeiauto: Beteiligte erkennbar dargestellt**

BILD.DE wurde wegen der Verletzung des Persönlichkeitsschutzes nach Ziffer 8 Pressekodex gerügt. Unter der Überschrift „Was passiert jetzt mit dem Berliner Suff-Polizisten?“ hatte die Redaktion über aktuelle Entwicklungen bezüglich eines Unfalls berichtet, bei dem ein Polizist bei einer Dienstfahrt mit dem Wagen einer jungen Frau kollidierte, die dabei ums Leben kam. Gegen den Beamten wurde danach wegen fahrlässiger Tötung ermittelt. Aufgrund neuer Erkenntnisse kam aktuell der Verdacht auf Trunkenheit hinzu. In der Berichterstattung wurden sowohl das Opfer des Unfalls als auch der Polizeibeamte in identifizierender Art und Weise mit Foto, Vornamen und abgekürzten Nachnamen dargestellt. Damit wurden die Richtlinien 8.2 (Opferschutz) und 8.1 (Kriminalberichterstattung) deutlich verletzt, da kein überwiegendes öffentliches Interesse an ihrer Identität erkennbar war.

### **Bloggerin beschimpft Verkäufer einer Modekette**

Eine Persönlichkeitsschutzverletzung nach Ziffer 8 des Pressekodex sah der Presserat auch in der Berichterstattung unter dem Titel „Schmerzensgeld! Bonnie Strange muss blechen“. BILD.DE hatte über die Verurteilung einer Bloggerin zur Zahlung eines Schmerzensgeldes in Höhe von 10.000 Euro an einen Verkäufer einer Modekette informiert. Die Bloggerin hatte den Mann in einem Internetvideo beschimpft, den genauen Standort des Geschäfts genannt, in dem er arbeitet, sein Äußeres beschrieben und die User aufgefordert, ihn „fertig zu machen“. BILD.DE nannte in dem Artikel den Vornamen und den abgekürzten Nachnamen des Verkäufers und veröffentlichte das Video mit den Beschimpfungen. Der Mann wurde dadurch identifizierbar. Auch hier sah der Presserat kein überwiegendes öffentliches Interesse, das den Persönlichkeitsschutz des Betroffenen überlagert hätte. Zudem ist die Veröffentlichung des Videos geeignet, das Ansehen der Presse nach Ziffer 1 in Gefahr zu bringen, da die Beschimpfungen erneut verbreitet wurden.

### **Schauspielerinnen machen Schleichwerbung für Autohersteller**

Eine Rüge wegen Schleichwerbung wurde gegen AUTO BILD ausgesprochen. Die Zeitschrift hatte unter der Überschrift „Kein Unfall! Vier Frauen reden über Autos“ ein Interview mit vier Schauspielerinnen veröffentlicht, die von einem Autohersteller zur Testfahrt mit einem neuen Modell eingeladen worden waren. Sie äußern sich lobend über dieses und andere Modelle des Herstellers. Dabei sind mindestens zwei der Schauspielerinnen sogenannte „Markenbotschafterinnen“ für den Autohersteller, was im Beitrag jedoch verschwiegen wird. Der Presserat sah mit der Veröffentlichung die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 Pressekodex als deutlich überschritten an. Eine solche Markenplatzierung geht weit über das Informationsinteresse der Leser hinaus.

### **Schleichwerbung für Lotterie und Medikamente**

HÖRZU wurde aufgrund mehrerer Verstöße wegen Schleichwerbung nach Ziffer 7 des Pressekodex gerügt. Die Zeitschrift hatte unter der Überschrift „Was uns glücklich macht“ Beispiele aufgeführt, wie verschiedene Menschen sich ihr persönliches Glück schufen. Grundlage für diese Glücksgeschichten waren jeweils Millionengewinne bei der SKL. In einem Infokasten wies die Redaktion zudem auf ein SKL-Millionen-Event hin, prominente SKL-„Glückspaten“ kamen mit Zitaten zu Wort. Diese Fokussierung auf den genannten Glücksspielanbieter war in keiner Weise durch ein öffentliches Interesse gedeckt. Ebenfalls

gerügt wurden weitere Beiträge zum Thema Gesundheit, in denen Experten bzw. die Redaktion Behandlungstipps bei Alltagsproblemen gaben. In diesem Zusammenhang wurde jeweils ein konkretes Präparat genannt, ohne dass hierfür ein ausreichendes Leserinteresse, z.B. aufgrund eines Alleinstellungsmerkmals, vorgelegen hätte. Das Gremium monierte hierbei zudem, dass kürzlich bereits ähnliche Artikel der HÖRZU gerügt worden waren.

**Die Ergebnisse:** 13 öffentliche Rügen, 22 Missbilligungen und 34 Hinweise. Der Presserat bewertete 9 Beschwerden als begründet, verzichtete jedoch auf eine Maßnahme. 60 Beschwerden wurden als unbegründet erachtet.