

10.09.2014

Bei Facebook & Co. gilt für Redaktionen der Pressekodex

Wenn Redaktionen ihre Veröffentlichungen in sozialen Medien verbreiten, unterliegen diese auch dort den ethischen Grundsätzen des Pressekodex. Dies hat der Deutsche Presserat am 10.09.2014 klargestellt. Publizistische Produkte auf Plattformen Dritter werden demnach von der bestehenden Beschwerdeordnung mit erfasst.

Die Verbreitung ganzer Artikel oder deren Ankündigung und Verlinkung über die Social-Media-Präsenzen von Zeitungen, Zeitschriften und Online-Medien ist gängige Praxis. Der Deutsche Presserat sieht dies lediglich als einen weiteren Verbreitungswege an. Insofern gelten die ethischen Grundsätze auch dort, zumindest für redaktionelle Auftritte.

Für den Deutschen Presserat ist dies der nächste Schritt einer Entwicklung, die im Jahr 2009 begonnen hat. Seither ist er zuständig für Beschwerden über Online-Veröffentlichungen in Angeboten, die in der Verantwortung der Verlage stehen. Unabhängige journalistische Online-Medien können sich jederzeit mit einer Selbstverpflichtungserklärung zu den ethischen Grundsätzen des Pressekodex bekennen.