

05.12.2018

Presse darf Civey-Umfragen nutzen

Der Beschwerdeausschuss des Deutschen Presserats hält die Verwendung einer Online-Umfrage des Meinungsforschungs-Startups Civey für presseethisch unbedenklich. Er erklärte am Dienstag eine Beschwerde von drei führenden Meinungsforschungsinstituten gegen FOCUS ONLINE für unbegründet. Das Gremium entschied einstimmig, dass die Redaktion ihrer journalistischen Sorgfaltspflicht gemäß Ziffer 2 des Pressekodex nachgekommen ist.

FOCUS ONLINE hatte im Frühjahr über eine Civey-Umfrage zum Verbleib der Fußballer Mesut Özil und Ilkay Gündogan in der Nationalmannschaft berichtet. Die Redaktion hatte darauf verwiesen, dass diese Umfrage repräsentativ sei. Die Repräsentativität zweifelten die Beschwerde führenden Meinungsforschungsinstitute an und sahen einen Verstoß gegen den Pressekodex. Neben der Sorgfaltspflicht nach Ziffer 2 verwiesen die Beschwerdeführer auch auf Richtlinie 2.1 des Pressekodex, in der es unter anderem heißt: „Zugleich muss mitgeteilt werden, ob die Ergebnisse repräsentativ sind.“

Der Beschwerdeausschuss sah dagegen keinen Verstoß der Redaktion gegen die Sorgfaltspflicht. Aus Sicht des Presserats gab es für die Redaktion keinen Anlass, an der Seriosität ihres Kooperationspartners Civey zu zweifeln. So lagen beispielsweise weder Wettbewerbsklagen noch Maßnahmen der Selbstkontrolle der Markt- und Sozialforschung vor. Vor diesem Hintergrund durfte die Redaktion der Aussagekraft der Ergebnisse vertrauen. Eine eigene wissenschaftliche Prüfung der Umfragemethodik von Civey ist der Redaktion hier nicht abzuverlangen.

Die Meinungsforschungsinstitute hatten ihre Beschwerde mit einer Entscheidung des Presserats vom März 2018 begründet, wonach Redaktionen kenntlich machen müssen, wenn Umfragen auf ihren Internetauftritten nicht repräsentativ sind. Die beiden Fälle sind aus Sicht des Presserats aber nicht vergleichbar.

Grundlage der damaligen Beschwerde war eine von einer Redaktion auf der eigenen Homepage selbst veranstaltete, leicht manipulierbare Umfrage. Da die Redaktion in diesem Fall Kenntnis von der fehlenden Repräsentativität der Umfrage haben musste, war sie verpflichtet, dies ihren Lesern entsprechend mitzuteilen.