15.06.2017

Presserat spricht drei Rügen aus

Der Deutsche Presserat hat auf seinen Beschwerdeausschuss-Sitzungen am 12., 13. und 14. Juni 2017 wegen schwerer Verstöße gegen den Pressekodex insgesamt 3 öffentliche Rügen ausgesprochen. Gerügt wegen einer Verletzung des Persönlichkeitsschutzes nach Ziffer 8 Pressekodex wurde BILD Online. Die Redaktion hatte unter der Überschrift „Meine Freundin (31) wollte, dass ich sie töte!“ über die Gerichtsverhandlung gegen einen 22-jährigen Mann berichtet. Diesem wurde vorgeworfen, seine Freundin getötet zu haben. Durch die Angabe von Vornamen, abgekürzten Nachnamen und die Veröffentlichung von Fotos in dem Artikel wurden sowohl das Opfer als auch der Angeklagte eindeutig identifizierbar. Damit wurde gegen die Richtlinien 8.3. und 8.2 Pressekodex verstoßen.

Für Berichterstattungen über den damaligen Bundespräsidenten Joachim Gauck und über die spanische Königin Letizia wurde die Zeitschrift NEUE POST gerügt. Die Artikel verstoßen gegen das Gebot der wahrhaftigen Unterrichtung der Öffentlichkeit aus Ziffer 1 des Pressekodex. Der Artikel „JOACHIM GAUCK – Jetzt reißt ihm der Geduldsfaden“ wurde auf der Titelseite angekündigt mit „JOACHIM GAUCK – Jetzt reicht’s ihm“ und „Skandal um seine Daniela“. Im Artikel wird der vermeintliche Skandal um große Differenzen zwischen Gauck und seiner Lebensgefährtin allerdings ausschließlich hergeleitet durch Spekulationen auf Grundlage von Fotos bei einem öffentlichen Auftritt. Die Berichterstattung über die spanische Königin wird auf der Titelseite angekündigt mit „KÖNIGIN LETIZIA – Heimliche Tochter aufgetaucht“. Im Artikeltext unter der Überschrift „Ihre Carla ist schon fast erwachsen“ erfahren die Leser, dass es sich bei der „Tochter“ in Wahrheit um die Nichte der Königin handelt.

Wegen eines Verstoßes gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von Redaktion und Werbung wurde BRAVO SPORT gerügt. Die Zeitschrift hatte unter der Überschrift “Pogbooms neue Waffe" über den französischen Fußballstar Paul Pogba und einen neuen Fußballschuh von Adidas berichtet. Der Schuh wurde dabei mit werblichen Formulierungen beschrieben. So war zum Beispiel die Rede von einem “genialen Materialmix“, einem “perfekten Werkzeug“ und einem “coolen ‚Devils-Look'“. Der Beitrag enthielt zudem etliche Produktfotos, die von Adidas stammten. Mit dieser Gesamtdarstellung wurde die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex deutlich überschritten. Die Veröffentlichung erweckte den Eindruck, als handele es sich um einen PR-Beitrag des Sportartikelherstellers.

Die Ergebnisse: 3 öffentliche Rügen, 13 Missbilligungen und 42 Hinweise. 13 Beschwerden wurden als begründet bewertet, auf eine Maßnahme wurde jedoch verzichtet, 78 Beschwerden wurden als unbegründet erachtet.