

## Umfragen und die Gefahr der Beeinflussung

### Klärende Informationen: Teilnehmerzahl und Repräsentativität

Eine Regionalzeitung veröffentlicht in ihrer Online-Ausgabe regelmäßig Umfragen. Ein Beispiel ist die „Frage des Tages“. Dabei wird dem Leser mitgeteilt, wie viel Prozent für Ja und wie viel Prozent für nein gestimmt haben. Ein Leser kritisiert die Darstellung der Ergebnisse des so genannten Internet-Votings. Er vermisst einen Hinweis der Redaktion, dass die Ergebnisse nicht repräsentativ seien. An den Umfragen der Zeitung könnten seiner Meinung nach alle User teilnehmen, also nicht nur Leser der Print- und der Online-Ausgabe. Es sei ein Leichtes, diese Umfragen zu beeinflussen, indem interessierte User eine Rundmail an bestimmte Meinungsführer schicken und diese bitten, entsprechend an der Umfrage teilzunehmen. Der Chefredakteur der Zeitung und der Chef vom Dienst nehmen zu der Beschwerde Stellung. Beide werfen die Frage auf, wie wichtig ein Hinweis an die Leser wäre, dass die Umfragen repräsentativ sind. Bei Wahlumfragen seien diese Hinweise wichtig, nicht aber bei Umfragen in Online-Ausgaben der Zeitungen. Es gelte das Prinzip, dass jeder, der wolle, mitmachen könne. Soziodemokratische Kriterien spielten hier keine Rolle. Die beiden Beschwerdegegner geben zu bedenken, dass Ziffer 2.1 im Hinblick auf das Internet ergänzungsbedürftig sei. (2009)

Die Zeitung hat gegen Ziffer 2 (Journalistische Sorgfaltspflicht) verstoßen; der Beschwerdeausschuss spricht einen Hinweis aus. Dem Leser wird nicht mitgeteilt, wie viele Menschen an den jeweiligen Umfragen teilgenommen haben. Richtlinie 2.1 verlangt jedoch diese Information. Auch muss eine Zeitung darauf hinweisen, ob eine Umfrage repräsentativ ist oder nicht. Ohne diese Informationen ist der Leser nicht in der Lage, die Umfrage und ihre Bedingungen richtig einzuordnen. (BK2-47/09)

**Aktenzeichen:** BK2-47/09

**Veröffentlicht am:** 01.01.2009

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2);

**Entscheidung:** Hinweis