

## Nennung des Testers schafft Klarheit

### Leser-Kritik: Redaktion hat PR-Aussagen des Herstellers übernommen

Eine ökologische Fachzeitschrift weist unter der Überschrift „Wirkt´s oder wirkt´s nicht?“ auf einen Anwendertest hin, bei dem auch ein bestimmtes Deo beurteilt wurde. Ergebnis: 70 Prozent der Probanden, die das Produkt getestet hätten, berichten, die Geruchs- und Schweißentwicklung habe sich – auch beim Sport - reduziert. Ein Leser des Blattes kritisiert, dass die Redaktion die PR-Aussage des Herstellers übernommen habe. Es fehlten Angaben zur Zahl der Tester. Auch andere Tests der Zeitschrift ließen wichtige Parameter vermissen. Nach seiner Auffassung bevorzuge die Redaktion Produkte großer Anzeigenkunden. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift trägt die Meinung ihrer Mandantin vor, dass die durch den Trägerverein des Presserats getragenen Beschwerdeausschüsse nicht legitimiert seien, Missbilligungen oder Rügen gegen die Zeitschrift zu verhängen. Man habe zur Kenntnis genommen, dass die Beschwerde bis auf einen Punkt als „offensichtlich unbegründet“ bewertet worden sei. Schon die Verwendung dieses aus der juristischen Terminologie stammenden Begriffs „offensichtlich unbegründet“ stütze die in den zurückliegenden Auseinandersetzungen vertretene Position, dass Entscheidungen der Beschwerdeausschüsse justitiabel sein müssten. Die Rechtsvertretung tritt der Tätigkeit des Trägervereins des Deutschen Presserats im Rahmen seiner Beschwerdeausschüsse nach der derzeitigen Handhabungsweise nach wie vor entgegen und widerspricht ihr entschieden. Gleichwohl äußert sie sich vorsorglich sowohl zum Verfahren als auch inhaltlich zu der Beschwerde. Die Beschwerdegegnerin stellt dann diverse Anträge zum Verfahren, ohne sich allerdings konkret zu dem Vorwurf einer Verletzung des Pressekodex zu äußern. (2008)

Die Zeitschrift hat Ziffer 2 des Pressekodex verletzt; der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Die journalistische Sorgfaltspflicht und die daraus resultierende Pflicht zur umfassenden Unterrichtung des Lesers erfordert, weitere Details zum Anwendertest mitzuteilen. Von besonderem Interesse wäre es gewesen zu erfahren, welcher Testerzahl die Angabe „70 Prozent“ zugrunde liegt. Es ist nicht unerheblich, ob sich an einem Test hundert oder tausend Probanden beteiligt haben. Diese Angabe hätte es den Lesern ermöglicht, das Testergebnis richtig einzuschätzen. Die Sorgfaltspflicht hätte es auch geboten, den Auftraggeber und den beauftragten Tester zu nennen. Es ist wichtig zu erfahren, ob ein unabhängiges Institut getestet hat oder ob der Test vom Hersteller selbst durchgeführt wurde. Eine Verletzung der Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) stellt der Presserat nicht fest. Die Nennung eines Produkts ist akzeptabel, wenn auch andere Hersteller erwähnt werden. Das ist hier der Fall. Insofern liegt keine unzulässige Hervorhebung

werblicher Natur eines einzelnen Produkts vor. (BK2-248/08)

**Aktenzeichen:**BK2-248/08

**Veröffentlicht am:** 01.01.2008

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

**Entscheidung:** Missbilligung