

## „Fans“ lassen Schwarzen nicht in U-Bahn

### Nachrichtenmagazin berichtet über den Vorfall mit falscher Überschrift

Die Online-Ausgabe eines Nachrichtenmagazins veröffentlicht einen Hinweis auf ein Video unter dieser Überschrift „Wir sind Rassisten, weil wir es so wollen“: „Schockierendes Video: Fußballfans stoßen schwarzen Mann vor U-Bahn in Paris“. In der Dachzeile steht der Satz: „Wir können nicht glauben, was wir hier sehen!“ Der Link führt zu einem Artikel unter der Überschrift „Schockierendes Video: Fußballfans stoßen schwarzen Mann aus U-Bahn in Paris“. Im Text heißt es, ein afroamerikanischer Mann habe in die U-Bahn einsteigen wollen, sei aber von rassistischen Chelsea-Fans daran gehindert worden. Sie hätten ihn mehrfach zurückgestoßen. Entsetzte Zeugen hätten den Vorfall gefilmt. Im Artikel wird auf das Video verwiesen. Ein Leser der Zeitschrift kritisiert die definitiv falsche Überschrift. Das sei der Redaktion auch bewusst, weil im Text der wahre Sachverhalt geschildert werde. Er äußert den Verdacht, dass die Überschrift mit Absicht so gestaltet worden sei, um möglichst viele Klicks zu generieren. Der Chefredakteur des Nachrichtenmagazins gibt dem Beschwerdeführer im Hinblick auf die falsche Überschrift Recht. Ein Kollege habe bei der Texteingabe einen Fehler gemacht. Dieser sei schnell erkannt und beseitigt worden. Die neue Schlagzeile habe gelautet: „Fußballfans stoßen schwarzen Mann aus U-Bahn in Paris“. Bedauerlicherweise sei die falsche Überschrift bereits bei sozialen Netzwerken gelandet, was man nicht mehr rückgängig machen können. Die Redaktion bedauert den Fehler umso mehr, als ihr eine klare Positionierung bei Themen wie rassistischen Straftaten sehr wichtig sei. Man wolle die eigene Glaubwürdigkeit durch übertriebene oder irreführende Darstellungen nicht in Gefahr bringen. Vollkommen verfehlt sei die Annahme des Beschwerdeführers, die Redaktion habe bewusst eine falsche Überschrift gemacht, um ihre Klickzahlen zu erhöhen. Der Chefredakteur bittet den Presserat, den Vorfall als das zu bewerten, was er gewesen sei: Ein Versehen in der Alltagshektik eines Onlinemediums.

Die Zeitschrift hat gegen die Ziffer 2 des Pressekodex (Journalistische Sorgfaltspflicht) verstoßen, weshalb der Beschwerdeausschuss einen Hinweis ausspricht. Wie der Chefredakteur selbst eingesteht, ist die beanstandete Überschrift falsch und irreführend. Eine bewusste Täuschung der Leser zur Generierung von Klicks kann der Redaktion nicht unterstellt werden. Der Zeitschrift ist zugute zu halten, dass sie den Fehler so gut wie möglich korrigiert hat. (0150/15/1)

**Aktenzeichen:**0150/15/1

**Veröffentlicht am:** 01.01.2015

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