

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 2
in der Beschwerdesache 0369/24/2-BA

Ergebnis: **Beschwerde begründet, Hinweis, Ziffer 2**
Datum des Beschlusses: **13.06.2024**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Online-Magazin veröffentlicht am 29.03.2024 einen Teaser unter der Überschrift „Umbrella-Fahrer hatte 2,4 Promille“. In der Artikelüberschrift über die Hintergründe des Busunglücks auf der A 9 heißt es dann: „Die dubiose Firma hinter dem Todesbus: Ein ‚Umbrella‘- Fahrer hatte einst 2,4 Promille.“

II. Der Beschwerdeführer kritisiert, die Überschrift suggeriere eindeutig einen Zusammenhang zwischen dem Unfall mit vier Toten vor fünf Tagen und einer Alkoholisierung des Fahrers mit 2,4 Promille. Erst im Artikel werde klar, dass der Vorfall mit dem alkoholisierten Fahrer sich auf einen Vorfall im Herbst letzten Jahres in Hamburg beziehe. Der Beschwerdeführer sieht hier einen klaren Verstoß gegen das Presserecht, um Clicks zu generieren.

III. Die Chefredaktion des Magazins teilt mit, die Beschwerde sei nicht begründet, da kein Verstoß gegen den Pressekodex vorliege – weder nach den vom Beschwerdeführer genannten Ziffern noch nach der im Vorverfahren einbezogenen Ziffer 2. Der Inhalt des Artikels werde vom Beschwerdeführer zu Recht nicht beanstandet. Es gehe darin um das Busunternehmen, zu dem der auf der A 9 verunglückte Reisebus gehört habe und mit dem es schon früher Probleme gegeben habe. Die Überschrift leite auf diesen Inhalt in nicht zu

beanstandender Weise hin. Vor allem die Worte „Die umstrittene Firma hinter dem Todes-Bus“ stehe der vom Beschwerdeführer vorgebrachten Interpretation entgegen, es gehe um eine Alkoholisierung des Unfallfahrers. Damit sei auch unvereinbar, dass der Fahrer als „Umbrella“-Fahrer“ bezeichnet werde. Es sei allgemein bekannt gewesen, dass der verunglückte Bus als Flixbus unterwegs gewesen sei. Von der Firma „Umbrella“ dagegen sei in der unmittelbaren Unfallberichterstattung nie die Rede gewesen. Wäre es um den Todesfahrer gegangen, dann wäre er als solcher oder als „Flixbus-Fahrer“ bezeichnet worden. Auch die Dachzeile widerlege die Interpretation des Beschwerdeführers. Wäre darüber zu berichten gewesen, dass der Unfallfahrer betrunken gewesen sei, dann hätte es dort geheißen: „Bei schrecklichem Unfall auf der A9“. Es gehe also bei der Beschwerde lediglich um ein individuelles Missverständnis, das die Redaktion natürlich bedauere, dass aber bei Überschriften schon wegen des beschränkten Platzes immer vorkommen könne und nicht den Vorwurf eines Sorgfaltsverstößes rechtfertige. Bei objektiver Betrachtung enthalte die Überschrift keine unrichtige Aussage.

Dies gelte für beide Fassungen, die dem Beschwerdeausschuss vorliegen. Bei der etwas längeren Version (mit dem Wort „einst“) dürfte es ohnehin klar sein. Die kürzere Fassung sei zur Artikelankündigung auf der Homepage verwendet worden, weil dort engere Platzbeschränkungen gelten würden. Aktuell sei nur noch die längere Fassung in Benutzung. Der Artikel werde auch nie wieder auf der Homepage verlinkt werden. Einen Kodex-Verstoß stelle aber weder die eine noch die andere Version dar.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss stellt einen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht fest. Ausschlaggebend ist der Teaser „Umbrella-Fahrer hatte 2,4 Promille: Die umstrittene Firma hinter dem Todesbus“. Aus Sicht der Ausschussmitglieder muss die Leserschaft die Überschrift in Verbindung mit der Dachzeile „Nach schrecklichem Unfall auf A 9“ unweigerlich auf den aktuellen Unfall(-Fahrer) beziehen. Dadurch wird ein falscher Zusammenhang über eine mögliche Unfallursache hergestellt, da sich „Umbrella-Fahrer hatte 2,4 Promille“ auf ein früheres Ereignis bezieht.

C. Ergebnis

Aufgrund des Verstoßes gegen die Ziffer 2 des Pressekodex erteilt der Beschwerdeausschuss der Redaktion gemäß § 12 Beschwerdeordnung einen Hinweis.

Die Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde ergeht mit 4 Ja-Stimmen, 1 Nein-Stimme und 2 Enthaltungen, die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergeht mit 5 Ja-Stimmen und 2 Enthaltungen.

Ziffer 2 – Sorgfalt

Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.

Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter

<https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>