

## **„Ein Laden wird an den Pranger gestellt“**

### **Auf Bezeichnung „Corona-Schwurbler“ folgten Morddrohungen**

Eine Großstadtzeitung veröffentlicht online in ihrem Newsletter einen kritischen Absatz über einen Laden, der zugleich eine Partnerfiliale der Deutschen Post AG ist. Der – so die Zeitung – lasse „die Maske fallen“. Im Schaufenster hänge ein Plakat von „Corona-Schwurblern“. Der Beitrag ist verlinkt mit dem Twitter-Account des Chefredakteurs der Zeitung. Der Account zeigt den Laden und das Plakat. Ein Leser der Zeitung kritisiert, der Laden werde in der Berichterstattung an den Pranger gestellt. Das im Bild gezeigte Plakat habe offensichtlich im Weltbild des Autors keinen Platz. Soweit er – der Beschwerdeführer – erkennen könne, verstoße das Plakat nicht gegen irgendwelche Gesetze. Der Chefredakteur der Zeitung nimmt als Autor des kritisierten Beitrages Stellung. Er kann nicht einmal im Ansatz einen Kodex-Verstoß erkennen. Er verstehe das Plakat als „Hetze“. Dass der Ladenbesitzer durch das Zeigen des Plakats „die Maske fallen lässt“, sei wohl durch die Meinungsfreiheit gedeckt. Im Übrigen verdanke er Menschen wie dem Beschwerdeführer Morddrohungen, die sich auf diesen einen Satz bezögen. Später ergänzt der Chefredakteur seine Stellungnahme. Man habe in der Redaktion intensiv und selbstkritisch über die Berichterstattung zu den Corona-Maßnahmen nachgedacht. Manches würde die Redaktion heute nicht mehr in der gleichen Form wiederholen. In der damaligen Situation sei es jedoch geboten erschienen, über Widersprüche bei der Umsetzung der Corona-Maßnahmen zu berichten. Einen solchen Widerspruch habe die Redaktion in dem test- und impfskeptischen Aushang in einer Postfiliale gesehen. Die deutsche Post gehöre schließlich zu gut zwanzig Prozent der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) und damit der Bundesrepublik Deutschland.

Der Beschwerdeausschuss stellt keinen Verstoß gegen die presseethischen Grundsätze fest. Die Beschwerde ist unbegründet. Aus Sicht der Mitglieder besteht vor dem Hintergrund der politischen und gesellschaftlichen Diskussionen über die Corona-Maßnahmen durchaus ein öffentliches Interesse an dem Plakat, das für die Öffentlichkeit sichtbar angebracht ist. Hier gibt der Ausschuss der Redaktion recht. Der Ladeninhaber muss sich die öffentliche Kritik - auch vor dem Hintergrund, dass er mit diesem Statement auch für die Deutsche Post spricht – zurechnen lassen. Das Informationsinteresse der Öffentlichkeit überwiegt hier die schutzwürdigen Interessen des Betroffenen. Der Begriff „Schwurbler“ ist in diesem Fall von der Meinungsfreiheit gedeckt.

**Aktenzeichen:**0465/21/2

**Veröffentlicht am:** 01.01.2021

**Gegenstand (Ziffer):** Schutz der Persönlichkeit (8);

**Entscheidung:** unbegründet