



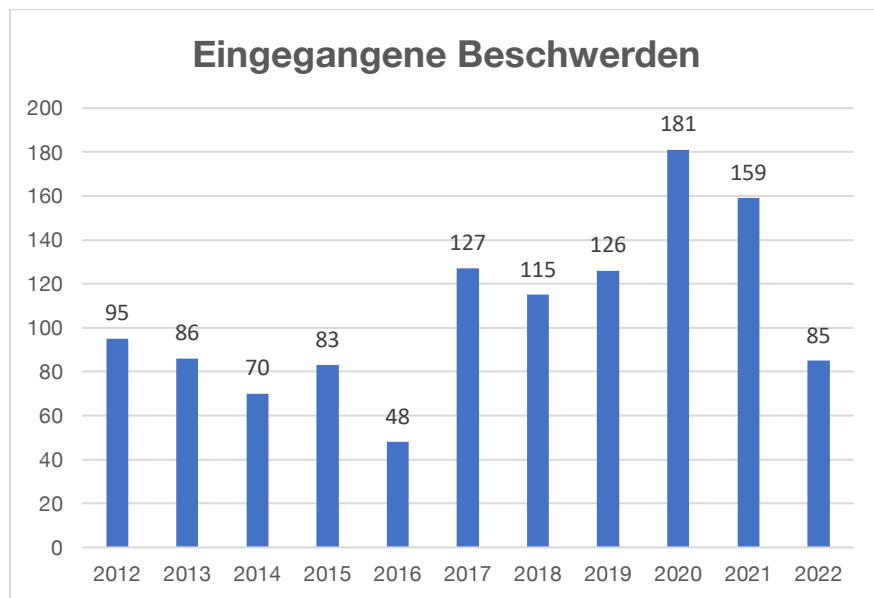
Bild: Ursula Häne

JAHRESBERICHT 2022

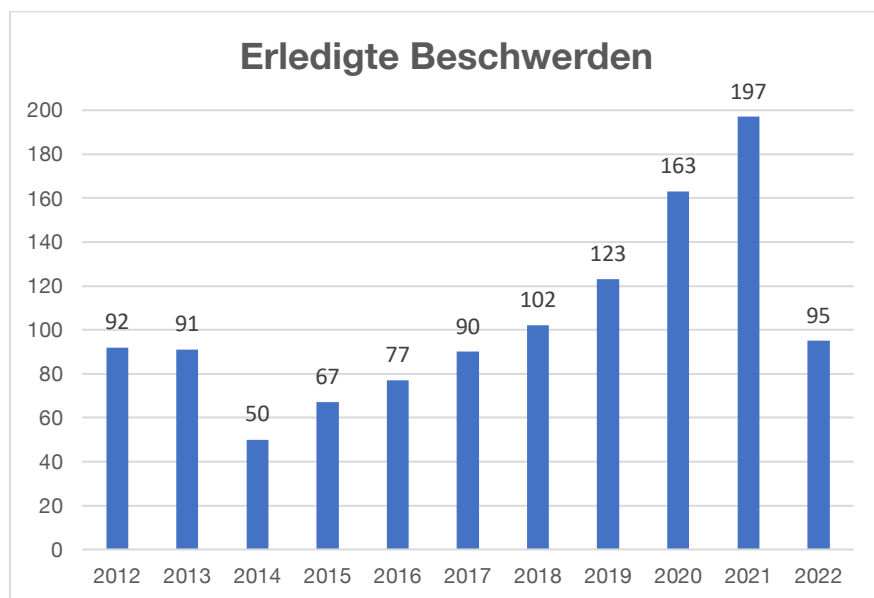
DES SCHWEIZER PRESSERATS

I. Anzahl Beschwerden, Entscheide und Pflichtverstösse

Im Vergleich mit dem letzten Jahr mit 159 eingegangenen Beschwerden beziehungsweise 181 im Jahr 2020 bewegte sich die Anzahl Beschwerden wieder im «normaleren Bereich», sprich näher am langjährigen Durchschnitt, wenn auch mit grundsätzlich steigender Tendenz.



Insgesamt wurden 95 Beschwerden erledigt.



2022 wurden 20 Beschwerden ganz oder teilweise gutgeheissen und 31 abgewiesen. Hinzu kommen 32 Beschwerden, auf die nicht eingetreten wurde, weil sie offensichtlich unbegründet waren. In diesen Fällen wird den Beschwerdeführenden in einem Brief kurz erklärt, weshalb auf die Beschwerde nicht eingetreten wurde. Sie haben die Möglichkeit, gegen ein kleines Entgelt eine ausführlichere Begründung zu verlangen, wovon aber niemand Gebrauch gemacht hat. Wird beispielsweise nicht nur Beschwerde beim

Presserat eingereicht, sondern auch ein Gerichtsverfahren angestrengt, verzichtet der Presserat für gewöhnlich darauf, auf die Beschwerde einzutreten, um Parallelverfahren zu vermeiden. In zwei Fällen, in denen er auf eine Beschwerde nicht eingetreten ist, verfasste der Presserat trotzdem eine Stellungnahme, da er die Begründung als von öffentlichem Interesse erachtete. 10 Beschwerden wurden abgeschrieben oder von den Beschwerdeführenden zurückgezogen.

Bei den knapp hundert erledigten Beschwerden wurde demnach nur in zwanzig Prozent der Fälle gegen den Berufskodex verstossen – das bedeutet, dass die JournalistInnen grossmehrheitlich korrekt gearbeitet haben.

II. Gründe der Verletzungen

Die vom Presserat festgestellten Verstösse im Jahr 2022 setzen sich wie folgt zusammen:

- 11 Verstösse gegen Ziffer 1 der «Erklärung» (Wahrheitspflicht)
- 5 Verstösse gegen Ziffer 3 (namentlich Anhörung bei schweren Vorwürfen (2), Unterschlagen von wichtigen Informationen (2), Entstellen von Tatsachen (1))
- 4 Verstösse gegen Ziffer 7 (namentlich Privatsphäre und Identifizierung (3), ungerechtfertigte Namensnennung (1))
- 3 Verstösse gegen Ziffer 10 (Trennung Werbung/redaktioneller Teil)
- 2 Verstösse gegen Ziffer 2 (Trennung von Fakten und Kommentar)
- 2 Verstösse gegen Ziffer 5 (Berichtigung)
- 1 Verstoß gegen Ziffer 8 (Menschenwürde)

Corona war Anfang Jahr immer noch ein wichtiges Thema (8 Beschwerden). Der Einmarsch der russischen Armee in die Ukraine und der anhaltende Krieg wurde medial intensiv begleitet, löste aber überraschend wenige Beschwerden aus (6 Beschwerden). Die Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung war des öfteren ein Thema (6 Beschwerden), ebenso die Berichterstattung über die Klimakrise (4 Beschwerden).

Die Präambel der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» verpflichtet die Medien, über die sie betreffenden Stellungnahmen des Presserats – wenn auch nur kurz – zu berichten. Die allermeisten Medien kommen dieser Verpflichtung von sich aus nach. Im Jahr 2022 haben folgende Schweizer Medien diese Verpflichtung aber leider nicht erfüllt: zweimal die «Weltwoche» sowie «Il Mattino della Domenica».

III. Auswahl wichtiger Entscheide

Wahrheit

Am 24. Februar 2022 marschierten russische Truppen in die Ukraine ein. Am selben Tag publizierte das Newsportal «watson.ch» dazu einen Kommentar. Im Lead hiess es: «Ob SVP oder Weltwoche, ob Republikaner oder Fox News: Sie alle stehen stramm hinter dem russischen Präsidenten und seinem absurden Krieg.» Der Autor zitierte Aussagen eines SVP-Politikers, die dieser zu einem früheren Zeitpunkt gemacht hatte. Zudem verwies der Kommentator auf die aktuellste Ausgabe der «Weltwoche», in der Chefredaktor Köppel dem russischen Diktator huldige; die Texte dieser Ausgabe waren aber vor dem Einmarsch verfasst worden.

Auch in Kommentaren seien die Fakten zu respektieren, schreibt der Presserat in seiner Stellungnahme. Wenn der Kommentator Aussagen des Politikers und des «Weltwoche»-Chefredaktors zitiere, die vor Kriegsausbruch gemacht wurden, könnten diese aus Sicht des Presserats nicht als Beleg für die Kommentaraussage dienen. Es gab keine Quellen, die zum Publikationszeitpunkt darauf hingewiesen hätten, dass es eine Kriegsunterstützung durch die SVP oder die «Weltwoche» gab. Der Presserat sah deshalb die Wahrheitspflicht verletzt und hiess die Beschwerde teilweise gut.
Stellungnahme 48/2022

«20 Minuten» publizierte im März 2022 auf der Frontseite einen Bildanriss mit dem Titel «Model kritisierte Putin – ihr Freund tötete sie». Einige Seiten weiter hinten war der eigentliche Artikel zu finden. Darin wird ausgeführt, der Mann habe die junge Frau wegen Geldproblemen umgebracht. Der Text endet mit der Feststellung, der Mord habe nichts mit den politischen Ansichten des Models zu tun gehabt.

Der Presserat kommt zum Schluss, dass der Titel des Bildanrisses irreführend und falsch ist, weil die durchschnittlichen LeserInnen darin einen kausalen Zusammenhang erkennen, der eben nicht gegeben ist. Dieser suggerierte Zusammenhang entspricht nicht den Tatsachen, womit «20 Minuten» Ziffer 1 der «Erklärung» (Wahrheit) verletzt hat. Stellungnahme 44/2022

► Es kommt immer wieder vor, dass tadellose Artikel mit einem Titel oder einem Lead versehen werden, die dem Inhalt des Textes fundamental widersprechen. Oft geschieht das, um Aufmerksamkeit zu generieren. Bei offensichtlichen, bewussten Irreführungen liegt klar ein Verstoss gegen Ziffer 1 (Wahrheit) der «Erklärung» vor. Falls es sich aber um einen Fehler respektive eine journalistische Ungenauigkeit handelt, führt dies nicht zwangsläufig zu einer Rüge – das gilt aber nur, wenn der entsprechende Titel oder Lead dem Inhalt des Artikels nicht widersprechen. Das war zum Beispiel bei einer unpräzisen Zahlenangabe im Lead eines Interviews im «Tages-Anzeiger» der Fall. (Stellungnahme 21/2022).

Privatsphäre bzw. Namensnennung

Ein Universitätsprofessor beschwerte sich über einen Artikel in «Le Matin Dimanche», in welchem er des «autoritären Machismus» bezichtigt und mit Namen und Bild identifiziert wurde. Die detaillierten Vorwürfe kamen von «Studentinnen und Studenten der Universität Bern», im Speziellen von einer Forschungsdoctorandin, die mit ihm in Konflikt stand.

Nach eingehender Diskussion ist der Presserat zum Schluss gekommen, dass gemäss Praxis des Presserats in einem derartigen Fall eine identifizierende Berichterstattung zulässig ist und der Schutz der Privatsphäre (Ziffer 7 der «Erklärung») nicht verletzt wurde: Der betroffene Professor übt eine leitende Funktion in seiner Institution aus und ist der Öffentlichkeit durch Medienauftritte bekannt. Zudem hätten seine Kollegen ohne Namensnennung mit ihm verwechselt werden können. Stellungnahme 38/2022

Ein Artikel im «Walliser Bote» mit dem Titel «Spitalneubau in Brig – Die Posse könnte noch in diesem Jahr enden» beschrieb den Rechtsstreit eines Anwohners rund um das Baugesuch für den Neubau und nannte ihn dabei mit vollem Namen. Der Anwohner

reichte beim Schweizer Presserat Beschwerde ein: Der Artikel sei diffamierend, rufschädigend, ehrverletzend und sein Name werde mehrfach genannt, ohne dass ein Interesse der Öffentlichkeit bestehe. Die Chefredaktion des «Walliser Bote» war hingegen der Ansicht, beim Spitalneubau handle es sich um ein Projekt von grösstem öffentlichem Interesse. Hinzu komme, dass der Name bereits in einem früheren Artikel genannt worden sei, gegen diesen Artikel habe sich der Anwohner nicht beschwert. Der Presserat kam zum Schluss, dass der «Walliser Bote» – so wie er über das Gerichtsverfahren betreffend des Spitalprojektes berichtete – wichtige Informationen unterschlagen hatte. Vor allem war es nicht nötig, den Namen des Einsprechers zu nennen, da dies nichts zum Informationsgehalt des Artikels beitrug. Für den Presserat kann auch die Namensnennung zu einem früheren Zeitpunkt nicht als Einwilligung zur Namensnennung für künftige Artikel gewertet werden. [Stellungnahme 46/2022](#)

- In beiden Fällen wehrten sich Betroffene dagegen, dass sie in einem Beitrag namentlich erwähnt werden. Einmal hat der Presserat die Beschwerde abgewiesen, einmal gutgeheissen. Der Unterschied: Im ersten Falle war die Namensnennung gerechtfertigt, weil die betreffende Person eine gesellschaftlich leitende Stellung hat und selbst in den Medien auftritt – im zweiten Fall hat eine Privatperson ihre Rechte genutzt und in dieser Angelegenheit selber nie die Öffentlichkeit gesucht, weshalb eine Namensnennung nicht gerechtfertigt ist.

Trennung Redaktion / Werbung

Die «Jungfrau-Zeitung», die nur noch online erscheint, veröffentlichte einen Artikel mit dem Titel «Warum Berner ihr Auto in XY kaufen». Der Text beschrieb in lobenden Worten und mit vielen Bildern die Vorzüge eines Autohauses in XY. Der Artikel war mit einem kleinen Vermerk «Premium» gekennzeichnet. Dagegen wurde Beschwerde eingereicht mit der Begründung, der Text missachte die Trennung von redaktionellem Teil und Werbung. Der Presserat stellte im Ergebnis einen eindeutigen Verstoss gegen den Berufskodex fest: Die gebotene klare Trennung von redaktionellem Text und Werbung werde nicht eingehalten. Der Vermerk «Premium» sei kaum wahrnehmbar, «Premium» suggeriere zudem eine erhöhte Qualität, nicht aber, dass es sich um einen bezahlten Werbetext handle. Als stossend erachtete er auch, dass der Text von einer Autorin stammte, die üblicherweise im redaktionellen Teil schreibt und dass der Werbetext – gegen einen erheblichen Aufpreis – auch in der Rubrik «News» integriert wurde. [Stellungnahme 7/2022](#)

Im November 2021 veröffentlichte das «Tagblatt der Stadt Zürich» einen Artikel über eine Veranstaltung zum Thema Führung, Strategie und Entscheidungsfindung mit alt Bundesrat Christoph Blocher. Eine Mitarbeiterin der veranstaltenden Firma hatte den Text verfasst. Sie lobte den Anlass in den höchsten Tönen, wies auf die nächste Veranstaltung hin und publizierte eine Web-Adresse, auf der Videos vom beschriebenen Anlass für Geld bestellt werden können. Die Zeitung brachte diesen Beitrag wie einen redaktionellen Text und wies nirgends darauf hin, wer den Text verfasst hat. Der Presserat entschied, dass es sich dabei um Schleichwerbung handelt und die «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» verletzt worden ist. [Stellungnahme 29/2022](#)

► Die Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbung beschäftigt den Presserat seit vielen Jahren. Weil das Werbegeschäft eingebrochen ist, wird Werbung gerne als Journalismus getarnt. Das Modell prosperiert. Die Forschung hat aber eindeutig gezeigt, dass die MedienkonsumentInnen dieses Format nicht als Werbung erkennen, sondern glauben, es handle sich tatsächlich um Journalismus. Das höhlt die Glaubwürdigkeit des Journalismus aus. Es wird eine vertiefte Diskussion benötigen, die möglicherweise zu eindeutigeren und schärferen Regeln führen wird.

Anhören bei schweren Vorwürfen

CH Media hatte über das Buch der Tamedia-Journalistin Michèle Binswanger berichtet, in dem es um die Hintergründe der Affäre rund um die Zuger Landammannfeier von 2014 ging. CH Media schrieb, Tamedia habe behauptet, das Buch sei noch gar nicht fertiggestellt. Die gerichtliche Eingabe der Klägerin Jolanda Spiess-Hegglin zeige jedoch, dass ein Manuskript an Verlage geschickt worden sei. Es stehe daher der «Verdacht im Raum», dass die Tamedia-Journalistin sowie deren Chefredaktor «gegenüber den Gerichten als auch der Öffentlichkeit unwahre Angaben» gemacht hätten. Die Tamedia-JournalistInnen reichten gegen diese Darstellung eine Beschwerde ein. Der Presserat kam zum Schluss, der Vorwurf von Falschaussagen wiege schwer. Die Betroffenen hätten dazu zwingend angehört werden müssen. Der Presserat hiess deshalb die Beschwerde von Tamedia gut. [Stellungnahme 28/2022](#)

Im Nachgang zur «Zürcher Herzkrise» (presserätlich abgebildet in den Stellungnahmen 25/2021, 77/2021) reichten JournalistInnen des Tamedia-Recherchedesks eine Beschwerde gegen die «Republik» ein. Sie kritisierten, das Onlinemagazin habe in einer Artikelserie zu den Vorgängen rund um die Herzmedizin am Universitätsspital Zürich (USZ) schwere Vorwürfe gegen den Recherchedesk erhoben, ohne die JournalistInnen dazu anzuhören, womit die «Republik» die Anhörungspflicht verletzt habe. Zur selben Artikelserie hatte Tamedia bereits zuvor zwei Gegendarstellungen beim Zürcher Handelsgericht eingereicht. Der Presserat hat deshalb entschieden, nicht auf diese Beschwerde einzutreten, weil bereits ein juristisches Verfahren läuft. [Stellungnahme 18/2022](#)

► Der Presserat als Selbstregulierungsorganisation hat auch zur Aufgabe, niederschwellig darüber zu befinden, ob eine Berichterstattung korrekt war oder nicht. Das hilft, aufwändige und kostspielige Gerichtsprozesse zu vermeiden. Entscheidet eine Partei, neben einer Beschwerde auch noch ein Gerichtsverfahren anzustrengen, tritt der Presserat für gewöhnlich nicht auf die Beschwerde ein, weil er es nicht für zweckmässig hält, sogenannte Parallelverfahren zu führen. Nur ausnahmsweise tritt er trotzdem darauf ein: Wenn eine Beschwerde eine medienethische Grundsatzfrage aufwirft oder das Thema eine breite öffentliche Diskussion ausgelöst hat. Bei der obigen Beschwerde war beides nicht der Fall.

Interview

Radio Télévision Suisse (RTS) berichtete in der Sendung «Mise au Point» über Zigarettenhersteller Philip Morris. Philip Morris Switzerland (PMS) reicht dagegen Beschwerde ein und warf RTS vor, im Beitrag sei aus einem internen strategischen Dokument zitiert worden. PMS habe zwar in einem Interview Stellung nehmen können, sei aber vorgängig nicht darüber informiert worden, dass RTS im Besitz dieses Papiers sei. Philip Morris hatte vor der Ausstrahlung des Beitrags die Entfernung der entsprechenden Sequenz gefordert. RTS übertönte in der Folge die Aussagen des Sprechers mit einem Piepton, begleitet von einer Off-Stimme, die erklärte, dass Philip Morris die Entfernung dieser Sequenz gefordert habe und das «vertrauliche Dokument nicht kommentieren» wolle. Philipp Morris monierte, RTS habe sie in eine Falle gelockt und sich nicht fair verhalten.

Der Presserat hält fest, dass RTS das interne Strategiepapier zwar nicht vor der Interviewaufnahme an Philip Morris weitergeleitet, dessen Kommunikationsverantwortlichen jedoch vor dem Interview sehr wohl auf den Gegenstand des Gesprächs hingewiesen hatte (rund 40 E-Mails waren ausgetauscht worden). Zudem war der Inhalt des Dokuments – also die Unternehmensstrategie – eindeutig Teil des vereinbarten Interviews.

Was die Forderung des Unternehmens betrifft, das besagte Zitat zu entfernen, hält der Presserat fest, dass das Vorgehen von RTS korrekt war, indem sie es nicht gelöscht, aber mit einem Piepton unverständlich gemacht haben.

Der Journalistenkodex gesteht Journalisten das Recht zu, «die Aussagen ihrer Gesprächspartner zu überarbeiten und zu kürzen, sofern der Sinn dieser Aussagen dadurch nicht verändert wird». Zumal ein Journalist im Falle einer wesentlichen Änderung des Inhalts auf Wunsch des Interviewten (in diesem Fall die Streichung eines Teils) berechtigt ist, diese Intervention transparent zu machen. Der Presserat hat die Beschwerde von Philip Morris abgewiesen. [Stellungnahme 30/2022](#)

Öffentliche Funktionen

Das Newsportal «Linth24» hat verschiedentlich über die geplanten Sportanlagen in Rapperswil berichtet, insbesondere über die Platzierung der Trainingshalle der «Rapperswil Jona Lakers». Gegen zwei dieser Texte hat der Stadtrat von Rapperswil Beschwerde erhoben. Unter anderem monierte er, der Autor der Texte – der Verleger von «Linth24» – habe seine Interessenlage nicht transparent gemacht, da er in der fraglichen Angelegenheit selber in einem Komitee politisch aktiv sei.

Der Presserat unterstrich in diesem Zusammenhang zunächst die Wichtigkeit der Meinungs- und Kommentarfreiheit. Auch hat der Stadtrat zu den Vorwürfen nicht befragt werden müssen, weil sich die Kritik primär gegen ein Gerichtsurteil richtete. Hingegen hätte der Autor seine eigene Interessenbindung in dieser Angelegenheit transparent machen müssen. Der Presserat hiess deshalb die Beschwerde des Stadtrates teilweise gut.

[Stellungnahme 31/2022](#)

Autorin: Susan Boos, Präsidentin Schweizer Presserat, susan.boos@presserat.ch