

„Umfrageergebnisse ohne Wahrhaftigkeit?“

Qualität von Online-Umfragen muss für die User erkennbar sein.
Von Ernst Fricke

Am 21. März 2017 hat das Plenum des Deutschen Presserats entschieden, dass nicht-repräsentative Onlineumfragen als solche gekennzeichnet sein müssen. Wenn derartige Votings ohne entsprechende Kennzeichnung veröffentlicht werden, ist die im Pressekodex definierte journalistische Sorgfaltspflicht (vgl. Deutscher Presserat 2018) verletzt. Erst auf Nachfrage wurde dann fast drei Monate später die Entscheidung „Dirk Wildt ./ Merkur Online“ vom Deutschen Presserat veröffentlicht. 19 Mitglieder haben an ihr mitgewirkt. Der Verstoß gegen die Richtlinie 2.1 „Umfrageergebnisse“ ist mit zwölf „Ja“ und sechs „Nein“-Stimmen bei einer Enthaltung ergangen, die Entscheidung über den Verzicht auf eine Maßnahme mit 13 „Ja“ und fünf „Nein“-Stimmen bei einer Enthaltung (Deutscher Presserat 2017). Damit hatte sich der Chefredakteur von „Merkur Online“ mit seiner Auffassung durchgesetzt, dass „der Fall von grundsätzlicher Natur sei, da er die Funktionsweise und den Umgang mit Votings in Onlineportalen in Gänze berühre. Er unterstütze daher die Aufarbeitung und gegebenenfalls die Entwicklung einer grundlegenden Richtlinie für den Umgang mit Votings durch den Presserat.“ Überraschend ist, dass die 2017 eingereichte Beschwerde erst im März 2018 entschieden wurde und trotz des klaren Verstoßes gegen Ziffer 2 (Sorgfalt) und die Richtlinie 2.1 (Umfrageergebnisse) keine Sanktionen ausgesprochen worden sind.

Die Redaktion von „Merkur Online“ führte ab 17. Mai 2017 unter den Usern eine Umfrage zum Thema „Dritte Startbahn am Münchner Flughafen“ durch. Der Beschwerdeführer, Dirk

zuRechtgerückt
Communicatio Socialis

*Prof. Dr. Ernst Fricke
ist Rechtsanwalt und
Honorarprofessor
für Medienrecht und
Gerichtsbericht-
erstattung an
der Katholischen
Universität Eichstätt-
Ingolstadt sowie Autor
des Lehrbuchs „Recht
für Journalisten“.*

*Die „Wahrheitspflicht“
des Pressekodex lässt solche
manipulativen Veröffentlichungen
von Umfragen nicht zu.*

Wildt¹. hat bereits am 18. Mai 2017 festgestellt, dass er an der Abstimmung mehrfach teilnehmen kann, wenn er auf seinem Computer die Speicherung von Cookies deaktiviert. Er hatte an diesem Tag ca. zehn Stimmen abgegeben und die Redaktion von „Merkur Online“ sogar darüber unterrichtet sowie die Möglichkeit zur mehrfachen Abstimmung kritisiert. Daraufhin wurde

ihm mitgeteilt, „dass es sich bei Votings wie dem aktuellen um reine Stimmungsbilder ohne Anspruch auf Repräsentativität handle“. Das verwendete Tool würde auch von anderen Portalen genutzt. Wenn man eine Umfrage durchföhre, die Anspruch auf Repräsentativität haben solle, setze man technisch etwas anderes ein, so die Verteidigungslinie von „Merkur Online“.

Einen Tag später hat der Beschwerdeführer innerhalb von 62 Minuten sogar 182 Stimmen abgegeben und damit die Umfragewerte unstreitig deutlich beeinflusst. Der Prozentsatz der Befürworter des Ausbaus sei dabei von 43 auf 39 Prozent gesunken, der Prozentsatz der Ausbaugegner von 54 auf 58 Prozent gestiegen.

Der Langmut des Deutschen Presserats und die Begründung selbst überraschen und irritieren zugleich. „Warum Umfragen nicht immer zu glauben ist“ haben die Medien selbstkritisch schon länger analysiert. Zahlreiche Studien haben den Deutschen entweder Fremdenhass oder aber eine enorme Hilfsbereitschaft gegenüber Flüchtlingen attestiert. Mit so „widersprüchlichen und politisch-tendenziösen Befunden leisten Meinungsforscher der gesellschaftlichen Polarisierung Vorschub“ (Halefeldt 2017).

Die „Stolpersteine der Umfrageforschung“ sind also bekannt, auch dass die präsentierten Ergebnisse nur von begrenzter Aussagekraft sind. Wenn aber, wie in dem Verfahren Wildt ./ Merkur Online wissentlich sogar Manipulationen zugelassen und veröffentlicht werden, liegt ein klarer Verstoß gegen die anerkannten journalistischen Grundsätze vor. Die „Wahrheitspflicht“ des Pressekodex lässt solche leichtfertigen und manipulativen Veröffentlichungen von Umfragen nicht zu.

1 Dirk Wildt war viele Jahre Journalist bei der „taz“ in Berlin und dort für die Landespolitik zuständig, Ende der 90er Jahre war er einer der Presse sprecher im Berliner Senat und gehört für Bündnis 90/Die Grünen dem Kreisverband Passau-Land an.

Eine „saubere Recherche“ ist auch auf die Umfrage selbst bezogen einzuhalten (Gröpl o.J.).

„Emotionen statt Fakten“ war in einem kritischen Bericht des Deutschlandfunks zu lesen und „Online-Umfragen sind allgegenwärtig“ (Fries 2018). „Die Glaubwürdigkeit des Journalismus ist in Gefahr“, wird darin der Beschwerdeführer Dirk Wildt zitiert, der zudem kritisch ausführt: „Wenn eine Umfrage nicht repräsentativ und auch noch von Lobbygruppen instrumentalisierbar ist, sei sie nicht aussagekräftig.“ Und man könne „auf einer Webseite nicht gleichberechtigt recherchierte Informationen und manipulierte Umfragen nebeneinander stellen“ (ebd.). „Wahrhaftigkeit in Politik, Recht, Wirtschaft und Medien“ ist auch Gegenstand der Abschiedsvorlesung von Alois Riklin an der Universität St. Gallen im Januar 2001 gewesen. In Ergänzung zu den von Max Weber herausgestellten Eigenschaften des Berufs des Politikers fordert Riklin als vierte Tugend insbesondere auch für Medien „Wahrhaftigkeit“ (Riklin 2003, S. 8). Dabei ist sich die juristische Wissenschaft sicher, dass es zwar eine „Wahrheitspflicht der Presse“ gibt, eine „gesetzliche Sicherung der Presse obliegenden Wahrheitspflicht bei bestimmten Konstellationen nicht besteht“ (Dittmayer 2013).²

Beschwerde gegen die „Bayerische Staatszeitung“

Wildt hat am 6. Juni 2018 eine weitere Beschwerde wegen Umfragemanipulationen beim Deutschen Presserat – dieses Mal gegen die „Bayerische Staatszeitung“ – eingereicht. Darin schreibt er:

„Die Bayerische Staatszeitung führt auf ihrer Website jede Woche eine mehrere Tage andauernde Umfrage durch. Diese Umfragen finden in einem redaktionellen Umfeld statt, in dem Vertreter aus Politik, Lobby und Verbänden die jeweilige Pro- und Contra-Positionen vertreten. Nach Abschluss der Umfrage werden die Ergebnisse auf einer Seite „Archiv“ dauerhaft präsentiert und zwar seit der 44. Kalenderwoche 2011 bis heute. Aktuell werden Umfragen mit einem manipulierbaren Tool durchgeführt, eine einzelne Person kann unbegrenzt häufig abstimmen. Zum ersten Mal am 11. Mai 2018 gebe ich bei einer Umfrage mehrfach Stimmen ab und verändere das Ergebnis entsprechend.“ [...]“

2 Dittmayer verkennt die Bedeutung einer zutreffenden Unterrichtung der Bevölkerung genauso wenig wie die Notwendigkeit ihrer Gewährleistung, die aber „durch die freiwillige Kontrolle des Deutschen Presserats, die Straf- und Zivilgesetze, bereits auf drei Ebenen erfolge.“

Dirk Wildt informiert darüber sowohl den Chefredakteur Ralph Schweinfurth als auch die beiden Pro- und Contra-Protagonisten und legt nahe die Umfrage aus dem Netz zu nehmen. Die Staatszeitung setzt die Umfrage fort.

„Am 16. Mai abends stimme ich bei derselben Umfrage erneut mehrfach ab. Mit 140 Stimmen ändere ich das Ergebnis von 87,3 % zu 12,7 % (Abstand 74,6) auf 91,0 % zu 9,0 % (Abstand 82,0 %, + 7,4 %).“ [...]

Am Tag darauf unterrichtet Wildt die Redaktion erneut von seiner Manipulation und verweist dabei auf die Entscheidung des Presserates zu Online-Umfragen, woraufhin der Chefredakteur sich telefonisch meldet.

„Am 24. Mai stelle ich fest, dass die Bayerische Staatszeitung die Ergebnisse der manipulierten Umfrage ‚Soll EU-Ausländern mit Nachwuchs im Ausland das Kindergeld gekürzt werden?‘ auf ihrer Archiv-Seite veröffentlicht hat und damit die Ergebnisse dauerhaft im Netz präsentiert.

Die neue Umfrage ‚Soll die Hobbyjagd verboten werden?‘ ist manipulierbar. Ich gebe von 8:45 Uhr bis 9:00 Uhr 30 Stimmen ab und drehe das Ergebnis um. Ich ändere es von JA: 45,7 %, NEIN: 54,3 % (Differenz -8,6 %) zu JA: 51,3 %, NEIN: 48,7 % (Differenz 2,6 %).“ [...]

Auch darüber benachrichtigt Wildt den Chefredakteur sowie die beiden Pro- und Contra-Protagonisten. Gleichwohl wird die Umfrage fortgesetzt.

,Herr Schweinfurth antwortet, man sei am Thema dran, nächste Woche würde man die Darstellung auf der Website sachgerecht ändern. Am 29. Mai stelle ich fest, dass die Bayerische Staatszeitung die Ergebnisse der manipulierten Umfrage ‚Soll die Hobbyjagd verboten werden?‘ auf ihrer Archiv-Seite veröffentlicht hat und damit die Ergebnisse dauerhaft im Netz präsentiert.

Auch die neue aktuelle Umfrage ist manipulierbar: ‚Ankerzentren für Flüchtlinge: Eine sinnvolle Idee?‘. Ich gebe vormittags 50 Stimmen ab und ändere die Ergebnisse wie folgt von JA: 71,6 % und NEIN: 28,4 % (Differenz 43,2 %) zu JA: 78,0 % und NEIN: 22,0 % (Differenz 56,0 %).“ [...]

Trotz erfolgter Information der Beteiligten wird die Umfrage weitergeführt und das Ergebnis später in der Print-Ausgabe gemeldet. Der Beschwerdeführer ist der Meinung:

- ▶ Die „Bayerische Staatszeitung“ hat eine Umfrage online fortgesetzt, nachdem sie die Kenntnis davon hatte, dass diese Umfrage manipuliert worden ist. Sie hat sogar zwei neue Umfragen mit dem Tool durchgeführt, von dem sie spätestens seit 11. Mai weiß, dass diese manipulierbar sind. In beiden Fällen hat die Zeitung die Umfragen ebenfalls nicht beendet, nachdem ihr bekannt geworden war, dass die Ergebnisse manipuliert wurden.
- ▶ Die „Bayerische Staatszeitung“ präsentiert nach Abschluss der Umfragen die manipulierten Ergebnisse auf ihrer Archiv-Seite dauerhaft. Damit wurde eklatant aus der Sicht des Beschwerdeführers gegen § 1 des Pressekodex (die „Achtung vor der Wahrheit“ [...] und die „wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind das oberste Gebot der Presse“), sowie wiederum gegen Ziffer 2 (Sorgfalt) und Richtlinie 2.1 (Umfrageergebnisse) verstößen.

Besonders bedenklich ist, dass der Beschwerdeführer den Chefredakteur Ralph Schweinfurth regelmäßig von den Manipulationen berichtet hat und trotzdem die „angeblichen“ Ergebnisse der Umfrage veröffentlicht wurden, ohne auf das Problem der Manipulation hinzuweisen und der Entscheidung des Deutschen Presserats vom 31. März 2018 Rechnung zu tragen.

Für die „Bayerische Staatszeitung“ kann die Beschwerde mehr als peinlich werden (Wildt 2018). Die „Bayerische Staatszeitung“ hat in der neuesten Ausgabe Infos zur Umfrageerhebung angegeben, wonach „eine unsachgemäße Beeinflussung bei Onlineumfragen [...] nicht auszuschließen“ ist. Dieser Vermerk findet sich auch unter den im Archiv stehenden Umfragen. Ob das reicht, hat der Deutsche Presserat im laufenden Beschwerdeverfahren gegen die „Bayerische Staatszeitung“ zu klären.

„Die Lüge von der Wahrheit“ ist die Überschrift eines Beitrags, der sich mit Medienkritik befasst, in dem es heißt: „Man kann einer Wahrheit vielleicht nahekommen, aber nie die eine ganz erfassen – auch Medien können das nicht“ (De Lapuente 2017). Bei Umfragen sind die Verhältnisse aber einfacher und durch Einhaltung der Vorgaben des Pressekodex wird die dem Publikum geschuldete „Wahrhaftigkeit“ erreicht.

Der Deutsche Presserat wird sich noch öfter mit vergleichbaren Vorgängen zu beschäftigen haben, damit Manipulationen und Täuschungen keinen Einfluss auf den Meinungsbildungsprozess mehr haben können.

Literatur

De Lapuente, Roberto J. (2017): *Die Lüge von der Wahrheit*. In: *neues-deutschland.de* vom 12.10. <https://www.neues-deutschland.de/artikel/1066650-die-luege-von-der-wahrheit.html>.

Deutscher Presserat (2018): Pressemitteilung „Qualität von Online-Umfragen muss für die User erkennbar sein“ vom 22.3. http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/PM/Pressemitteilung_DPR_Plenum_22.Ma_rz_Umfragen.pdf

Deutscher Presserat, Entscheidung vom 21.03.2017, Az. 0490/17/1-BA-PL.

Dittmayer, Matthias (2013): *Wahrheitspflicht der Presse. Umfang und Gewährleistung*. Baden-Baden.

Fries, Stefan (2018): *Emotion statt Fakten*. In: *deutschlandfunk.de* vom 22.3. https://www.deutschlandfunk.de/presserat-entscheidet-ueber-online-umfragen-emotionen-statt.2907.de.html?dram:article_id=413632.

Gröpl, Christoph (o.J.): *Folgerung aus der öffentlichen Aufgabe von Presse und Rundfunk (§ 4 SMG) – Beachtung der anerkannten journalistischen Grundsätze, § 6 II SMG, § 10 I, § 53 II RStV*, Universität des Saarlandes, PRR 17/1. <https://docplayer.org/49512318-Prof-dr-christoph-groepel-presse-u-rundfunkrecht-universitaet-des-saarlandes.html>.

Halefeld, Elke (2017): *Warum Umfragen nicht immer zu glauben ist*. In: *cicero.de* vom 13.2. <https://www.cicero.de/innenpolitik/demoskopie-warum-umfragen-nicht-immer-zu-glauben-ist->.

Riklin, Alois (2003): *Wahrhaftigkeit in Politik, Recht, Wirtschaft und Medien*. Bern/Göttingen.

Wildt, Dirk (2018): *Beschwerde von Dirk Wildt, Bündnis 90/Die Grünen, an den Deutschen Presserat* vom 6.6.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 3.7.2018.