

## **Standards**

### **für Medizin- und Wissenschaftsjournalisten**

Kriterien und Aussagen nach dem Selbstverständnis des VMWJ in Verbindung mit den Publizistischen Grundsätzen (Pressekodex) und den Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats und in Verbindung mit den Pressegesetzen der Länder.

## **Präambel**

Medizin- und wissenschaftspublizistische Arbeiten bedingen wegen ihrer Wirkungen auf betroffene, kranke, gefährdete oder wenig informierte Leser, Hörer und Zuschauer eine besondere Verantwortung des Herausgebers, Redakteurs oder Verfassers.

Medizin- und Wissenschaftsjournalisten sehen im Spannungsfeld zwischen dem Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit einerseits und dem Schutzbedürfnis Betroffener (Patienten und Angehörige) andererseits eine besondere Herausforderung und Verpflichtung für ihre Arbeit.

## **Medizin und Medien**

Berichte aus Medizin, Wissenschaft und Gesundheitspolitik dürfen keine unnötigen Ängste, aber auch keine falschen Hoffnungen auslösen. Sie müssen deutlich darlegen und erläutern bzw. differenzieren, was nach dem aktuellen Stand der Wissenschaft und Medizin sowohl als gesichert oder als (noch) nicht gesichert gilt und auch, was umstritten oder was nicht herrschende Meinung der Experten ist. Dabei sind die jeweiligen Hintergründe und Begründungen allgemein verständlich, aber auch inhaltlich hinreichend zu erläutern.

Bei Berichterstattung oder Sendung muss stets abgewogen werden: Ist die Quelle der Information bekannt? Wird die Information von mindestens einer weiteren fundierten Quelle bestätigt, ist die Information also zuverlässig? Werden Ängste abgebaut oder gefördert? Was kann verantwortet werden? Werden berechnete oder falsche Hoffnungen geweckt? Könnte der Schaden durch Verunsicherung größer sein als der Nutzen einer Information?

## **Qualität ist Basis medizinjournalistischer Arbeit**

In Medizin und Wissenschaft gibt es selten nur eine Wahrheit. Aufgrund der inhaltlichen Komplexität und des oftmals raschen Wandels medizinischer Erkenntnisse ist stets umfassend zu differenzieren und zu recherchieren. Meinungen sind nicht als wissenschaftliche Aussagen darzustellen und als solche zu kennzeichnen.

Auch auf Medizin oder Wissenschaft spezialisierte Journalisten können die inhaltliche Tragweite und mögliche Folgenlast medizinischer Berichterstattung nicht immer hinreichend erfassen oder abschätzen; zugleich sind politische oder wirtschaftliche Konsequenzen medizinischer Ereignisse und Nachrichten oft nicht journalistisch erfassbar. Daher kann eine interdisziplinäre und ressortübergreifende Zusammenarbeit qualitätsfördernd und professionell sein.

### **Fortbildung und Profil**

Fortbildungen zu fachlichen Fragen und aktuellen Medizin- und Wissenschaftsthemen sind für Medizin- und Wissenschaftsjournalisten selbstverständlich. Der Verband der Medizin- und Wissenschaftsjournalisten und seine Mitglieder sehen in der Organisation, Gestaltung und Vermittlung solcherart Fortbildungsveranstaltungen eine besondere Aufgabe. Es gilt, die besondere Verantwortung medizin- und wissenschaftsjournalistischer Tätigkeit in der Berufsausübung, aber auch in der Aus- und Weiterbildung bewusst zu machen und zu fördern. Berufliche Praxis mit ständiger Fortbildung, thematische Neigung und kollegiale Offenheit kennzeichnen somit zusammen mit soliden journalistischen Standards das individuelle Profil des Medizin- und Wissenschaftsjournalisten als Fachjournalisten.

### **Freie Berichterstattung und PR**

Medizin- und Wissenschaftsjournalisten erfüllen ihre Aufgaben in Freiheit gegenüber Firmen und Branchen, Institutionen und Verbänden. Sie lassen sich in Wahrheitsgehalt und Ausgewogenheit ihrer Beiträge nicht vom Honorar oder vom Auftraggeber beeinflussen. Angemessene Honorare und andere materielle Zuwendungen, zum Beispiel auch Zuschüsse oder Übernahmen von Reisekosten, dienen dem Zugang und der Möglichkeit freier journalistischer Berichterstattung. Dabei sind die Grundsätze der Verhältnismäßigkeit zu beachten.

Es besteht eine besondere Verantwortung für die Inhalte und der Grundsatz der Offenkundigkeit und Transparenz bei beruflichen Aufgaben, die subjektiv

offensichtlich und objektiv nachprüfbar werbemäßigen Charakter haben.

Wenn ein Sponsoring stattfindet, ist der Sponsor zu nennen.

Wer PR-Beiträge erstellt, vertritt die Interessen und Auffassungen seines Auftraggebers. Er ist weder unabhängig noch ist es sein Ziel, umfassend und objektiv über ein Thema zu informieren. Das überwiegende Ziel ist die Vermittlung der vom Auftraggeber vorgegebenen Inhalte. Trotzdem kann sich PR durchaus journalistischer Techniken bedienen.

PR-Beiträge sind als solche zu kennzeichnen. Für den Leser/Hörer/Zuschauer muss erkennbar sein, welche Interessen hinter einem Text stehen. Dazu ist es unabdingbar, dass Ross und Reiter genannt werden (Auftraggeber oder Sponsor). Kritisch zu differenzieren sind journalistische Beiträge, falls sie von derselben Person erstellt werden, die zeitnah in diesem Themenbereich in PR-Funktion publizistisch tätig ist. Die journalistischen Beiträge sind deshalb nicht von vorne herein PR-Beiträge. Von Schleichwerbung ist auszugehen, wenn zum Beispiel gleiche Recherchequellen, gleiche Zitate und gleiche Inhalte verwendet werden. Im Zweifel gilt der Augenschein der nach außen kolportierten Funktion als freie Berichterstattung oder als PR.

## **Status**

Den Standards und Leitlinien für Medizin- und Wissenschaftsjournalisten des Verbandes der Medizin- und Wissenschaftsjournalisten werden ausdrücklich beigeschrieben die Pressegesetze der Länder, die Publizistischen Grundsätze (Pressekodex) und Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats (Fassung vom 13. März 2013, <http://www.presserat.de/pressekodex/pressekodex>).

Insbesondere sind hier zu nennen:

Ziffer 1:

**Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.**

**Richtlinie 1.3:** Pressemitteilungen, die von Behörden, Parteien, Verbänden, Vereinen oder anderen Interessenvertretungen herausgegeben werden, müssen als solche gekennzeichnet werden, wenn sie ohne Bearbeitung durch die Redaktion veröffentlicht werden.

Ziffer 4:

**Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten, Informationen und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.**

**Richtlinie 4.1: Recherche** ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfaltspflicht. Journalisten geben sich grundsätzlich zu erkennen. Unwahre Angaben des recherchierenden Journalisten über seine Identität und darüber, welches Organ er vertritt, sind grundsätzlich mit dem Ansehen und der Funktion der Presse nicht vereinbar. Verdeckte Recherche ist im Einzelfall gerechtfertigt, wenn damit Informationen von besonderem öffentlichen Interesse beschafft werden, die auf andere Weise nicht zugänglich sind.

Bei **Unglücksfällen und Katastrophen** beachtet die Presse, dass Rettungsmaßnahmen für Opfer und Gefährdete Vorrang vor dem Informationsanspruch der Öffentlichkeit haben.

**Richtlinie 4.2:** Bei der Recherche **gegenüber schutzbedürftigen Personen** ist besondere Zurückhaltung geboten. Dies betrifft vor allem Menschen, die sich nicht im Vollbesitz ihrer geistigen oder körperlichen Kräfte befinden oder einer seelischen Extremsituation ausgesetzt sind, aber auch Kinder und Jugendliche. Die eingeschränkte Willenskraft oder die besondere Lage solcher Personen darf nicht gezielt zur Informationsbeschaffung ausgenutzt werden.

Ziffer 7:

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. **Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken.**

**Richtlinie 7.1: Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen:** Für bezahlte Veröffentlichungen gelten die werberechtlichen Regelungen. Nach ihnen müssen die Veröffentlichungen so gestaltet sein, dass die Werbung für den Leser als Werbung erkennbar ist.

**Richtlinie 7.2: Schleichwerbung:** Redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, dürfen nicht die Grenze zur

Schleichwerbung überschreiten. Eine Überschreitung liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leser hinausgeht.

Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material sowie bei der Abfassung eigener redaktioneller Hinweise durch die Redaktionen.

Dies gilt auch für unredigierte Werbetexte, Werbefotos und Werbebezeichnungen.

Ziffer 8:

**Die Presse achtet das Privatleben und die Intimsphäre des Menschen. Berührt jedoch das private Verhalten öffentliche Interessen, so kann es im Einzelfall in der Presse erörtert werden. Dabei ist zu prüfen, ob durch eine Veröffentlichung Persönlichkeitsrechte Unbeteiligter verletzt werden.**

**Die Presse achtet das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und gewährleistet den redaktionellen Datenschutz.**

**Richtlinie 8.1: Nennung von Namen/Abbildungen:**

(1) Die **Nennung der Namen und die Abbildung von Opfern und Tätern** in der Berichterstattung über Unglücksfälle, Straftaten, Ermittlungs- und Gerichtsverfahren (siehe auch Ziffer 13 des Pressekodex) sind in der Regel nicht gerechtfertigt. Immer ist zwischen dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit und dem Persönlichkeitsrecht des Betroffenen abzuwägen. Sensationsbedürfnisse können ein Informationsinteresse der Öffentlichkeit nicht begründen.

(2) **Opfer von Unglücksfällen oder von Straftaten** haben Anspruch auf besonderen Schutz ihres Namens. Für das Verständnis des Unfallgeschehens bzw. des Tathergangs ist das Wissen um die Identität des Opfers in der Regel unerheblich. Ausnahmen können bei Personen der Zeitgeschichte oder bei besonderen Begleitumständen gerechtfertigt sein.

(3) Bei **Familienangehörigen und sonstigen durch die Veröffentlichung mittelbar Betroffenen**, die mit dem Unglücksfall oder der Straftat nichts zu tun haben, sind Namensnennung und Abbildung grundsätzlich unzulässig.

**Richtlinie 8.2: Schutz des Aufenthaltsortes:** Der private Wohnsitz sowie andere Orte der privaten Niederlassung, wie z. B. Krankenhaus-, Pflege-, Kur-, Haft- oder Rehabilitationsorte, genießen besonderen Schutz.

**Richtlinie 8.4: Erkrankungen:** Körperliche und psychische Erkrankungen oder Schäden fallen grundsätzlich in die Geheimsphäre des Betroffenen. Mit Rücksicht auf ihn und seine An-

gehörig soll die Presse in solchen Fällen auf Namensnennung und Bild verzichten und abwertende Bezeichnungen der Krankheit oder der Krankenanstalt, auch wenn sie im Volksmund anzutreffen sind, vermeiden. Auch Personen der Zeitgeschichte genießen über den Tod hinaus den Schutz vor diskriminierenden Enthüllungen.

**Richtlinie 8.5: Selbsttötung:** Die Berichterstattung über Selbsttötung gebietet Zurückhaltung. Dies gilt insbesondere für die Nennung von Namen und die Schilderung näherer Begleitumstände. Eine Ausnahme ist beispielsweise dann zu rechtfertigen, wenn es sich um einen Vorfall der Zeitgeschichte von öffentlichem Interesse handelt.

Ziffer 11 :

**Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt und Brutalität. Der Schutz der Jugend ist in der Berichterstattung zu berücksichtigen.**

**Richtlinie 11.1.: Unangemessene Darstellung:** Unangemessen sensationell ist eine Darstellung, wenn in der Berichterstattung der Mensch zum Objekt, zu einem bloßen Mittel, herabgewürdigt wird. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn über einen sterbenden oder körperlich oder seelisch leidenden Menschen in einer über das öffentliche Interesse und das Informationsinteresse der Leser hinausgehenden Art und Weise berichtet wird.

**Richtlinie 11.3: Unglücksfälle und Katastrophen:** Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenze im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen. Die vom Unglück Betroffenen dürfen grundsätzlich durch die Darstellung nicht ein zweites Mal zu Opfern werden.

**Richtlinie 11.6: Drogen:** Veröffentlichungen in der Presse dürfen den Gebrauch von Drogen nicht verharmlosen.

Ziffer 14:

**Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessen sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte. Forschungsergebnisse, die sich in einem frühen Stadium befinden, sollten nicht als abgeschlossen oder nahezu abgeschlossen dargestellt werden.**

**Richtlinie 14.1 :** Medizinische oder pharmazeutische Forschung: Die Berichterstattung über angebliche Erfolge oder Misserfolge der medizinischen oder pharmazeutischen Forschung zur Bekämpfung von Krankheiten verlangt Sorgfalt und Verantwortungsgefühl. In Text und

Aufmachung ist alles zu unterlassen, was bei Kranken und deren Angehörigen unbegründete und mit dem tatsächlichen Stand der medizinischen Forschung nicht in Einklang stehende Hoffnungen auf Heilung in absehbarer Zeit erweckt. Andererseits sollen durch kritische oder gar einseitige Berichte über kontrovers diskutierte Meinungen Kranke nicht verunsichert und der mögliche Erfolg therapeutischer Maßnahmen nicht in Frage gestellt werden.

Ziffer 15:

Die Annahme und Gewährung von Vorteilen jeder Art, die geeignet sein könnten, die Entscheidungsfreiheit von Verlag und Redaktion zu beeinträchtigen, sind mit dem Ansehen, der Unabhängigkeit und der Aufgabe der Presse unvereinbar. **Wer sich für die Verbreitung oder Unterdrückung von Nachrichten bestechen lässt, handelt unehrenhaft und berufswidrig.**

**Richtlinie 15.1: Einladungen und Geschenke:** Die Gefahr einer Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit von Verlagen und Redaktionen sowie der unabhängigen Urteilsbildung der Journalisten besteht, wenn Redakteure und redaktionelle Mitarbeiter Einladungen oder Geschenke annehmen, deren Wert das im gesellschaftlichen Verkehr übliche und im Rahmen der beruflichen Tätigkeit notwendige Maß übersteigt. Schon der Anschein, die Entscheidungsfreiheit von Verlag und Redaktion könne durch Gewährung von Einladungen oder Geschenken beeinträchtigt werden, ist zu vermeiden. Geschenke sind wirtschaftliche und ideelle Vergünstigungen jeder Art. Die Annahme von Werbeartikeln zum täglichen Gebrauch oder sonstiger geringwertiger Gegenstände zu traditionellen Gelegenheiten ist unbedenklich. Recherche und Berichterstattung dürfen durch die Vergabe oder Annahme von Geschenken, Rabatten oder Einladungen nicht beeinflusst, behindert oder gar verhindert werden. Verlage und Journalisten sollten darauf bestehen, dass Informationen unabhängig von der Annahme eines Geschenks oder einer Einladung gegeben werden.

Fassung vom 31.03.2014



## **Verband der Medizin- und Wissenschaftsjournalisten e. V.**

Der Verband der Medizin- und Wissenschaftsjournalisten e. V. (VMWJ) hat sich 2012 erstmals der Fachöffentlichkeit vorgestellt. Unter diesem Namen haben sich die drei früheren Organisationen „Vereinigung der Deutschen Medizinischen Fach- und Standespresse e. V.“, „Arbeitskreis Medizinpublizisten/Klub der Wissenschaftsjournalisten e. V.“ und „Kollegium der Medizinjournalisten“ in einem einzigen Verein zusammengeschlossen. Der Verband ist demnach die älteste (gegr. 1894) und mit rund 700 Mitgliedern die größte medizinjournalistische Vereinigung Deutschlands.

### **Einige Ziele des VMWJ**

- den versammelten Sachverstand der Mitglieder einzubringen, z. B. bei Politik, Medien und Öffentlichkeit,
- Fortbildung im Medizin- und Wissenschaftsjournalismus durchzuführen und zu fördern,
- die Aktivitäten der Mitglieder auf nationaler und internationaler Ebene zu koordinieren und einen gegenseitigen Erfahrungsaustausch zu fördern,
- die fachlichen Interessen der medizin- und/oder wissenschaftsjournalistisch tätigen Personen im deutschsprachigen Raum zu vertreten.

Verband der Medizin- und Wissenschaftsjournalisten e. V.

Tiefer Weg 61 · 70599 Stuttgart

Telefon: 0711-65 84 55-92 · Fax: 0711-65 84 55-93

E-Mail: [info@vmwj.de](mailto:info@vmwj.de) · Internet: [www.vmwj.de](http://www.vmwj.de)