

Ein „Autor“ schreibt, den es gar nicht gibt

Redaktion schweigt trotz mehrfacher Bitten um Stellungnahme

Unter der Überschrift „Digitale Schulbücher“ berichtet eine Zeitschrift aus dem Multimedia-Bereich über ein eBook für den Physikunterricht. Am Ende des Textes steht dieser Hinweis auf den Autor des Artikels: „Steffen Auerbach ist freier Autor und Pädagoge. Er schreibt regelmäßig für (...)“. Genannt wird der Zeitschriftentitel. Die Beschwerde kommt von einem Konkurrenzunternehmen. Dessen Repräsentant sieht in der Berichterstattung Verstöße gegen presseethische Grundsätze. Der angegebene Autor „Steffen Auerbach“ existiere nicht. Dass es sich bei ihm um einen freien Autor und Pädagogen handele, der regelmäßig für die Zeitschrift schreibe, sei eine wissentlich und vorsätzlich gedruckte Unwahrheit, die dazu diene, dem Artikel einen seriösen Anstrich zu geben. Die Redaktion der kritisierten Zeitschrift ist trotz mehrfacher Aufforderung durch den Presserat zu keiner Stellungnahme zu bewegen.

Die Redaktion hat gegen Ziffer 7 (Trennung von Werbung und Redaktion) und Richtlinie 7.2 (Schleichwerbung) des Pressekodex verstoßen. Der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Nach Ziffer 7 gebietet die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Eine Verletzung des Trennungsgebotes liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leser hinausgeht oder von dritter Seite bezahlt bzw. durch geldwerte Vorteile belohnt wird. Im vorliegenden Fall handelt es sich um einen redaktionell aufgemachten Artikel. Dieser ist mit dem Hinweis „Interview“ überschrieben. Eine Kennzeichnung als Anzeige fehlt. Der Beitrag gibt dem Autor des vorgestellten eBooks umfassend Gelegenheit, das von ihm selbst hergestellte Produkt zu präsentieren. Er gibt beinahe ausschließlich dessen Vorteile wieder. Konkurrenzprodukte werden nicht erwähnt. Ein begründetes Leserinteresse an einer unkritischen werblichen Berichterstattung über das Angebot eines einzelnen Anbieters ist nicht erkennbar. Alleinstellungsmerkmale, die eine hervorhebende Berichterstattung rechtfertigen könnten, sind nicht zu erkennen. Der Vorwurf, dass der angegebene Autor gar nicht existiert, ist wegen der fehlenden Stellungnahme des Beschwerdegegners nicht zu klären. (0373/14/2)

Aktenzeichen:0373/14/2

Veröffentlicht am: 01.01.2014

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung