presserat

Schleichwerbung als Teil einer Heldengeschichte

Schleichwerbung als Teil einer Heldengeschichte

Zwei Hamburger Unternehmer wollen Millionen Masken aus China holen“ – so überschreibt eine Großstadtzeitung online ihren Bericht über eine Firmen-Neugründung namens TLG Health GmbH. Es geht um den Import von Schutzmasken in Corona-Zeiten. Die Firmen-Inhaber werden vorgestellt, sowie deren Schwierigkeiten, an Masken zu kommen. Unter anderem heißt es, die Unternehmer bekämen Unterstützung vom Logistikkonzern „Kühne + Nagel“. Eine Leserin der Zeitung vermisst im Bericht die Information, dass der TLG Health GmbH-Gründer Georg Schacht der Sohn des Kühne + Nagel-Vorstandes Otto Schacht sei. Der TLG-Mitbegründer Tim Meyer-Schell verkaufe eigentlich Nahrungsmittel für Sportler. Seine Firma GYMPRO sei im Bericht verlinkt. Der Dritte im Bunde – so die Zeitung – sei Lennart Heldmann. Dessen Familie wiederum gehöre eine Firma aus der Textilbranche, die viel in Asien produzieren lasse. Auch in diesem Fall werde die Firma verlinkt. Hier werde nicht nur eine schlechte Heldengeschichte erzählt, sondern unter dem Deckmantel dieser Geschichte Schleichwerbung zugunsten der Firma Kühne + Nagel betrieben. Die Beschwerdeführerin sieht einen Verstoß gegen die Richtlinie 7.2 des Pressekodex. Die Zeitung nimmt zu der Beschwerde nicht Stellung.

Der Presserat verhandelt diese Beschwerde auf der Basis der Ziffer 2 des Pressekodex (Journalistische Sorgfaltspflicht). Er spricht einen Hinweis aus. Die Berichterstattung basiert offensichtlich ausschließlich auf den Aussagen der porträtierten Gründer. Weitere Quellen werden nicht herangezogen. Die Aussagen der Dargestellten werden nicht hinterfragt. Die in Ziffer 2 geforderte Sorgfalt hätte dies jedoch erfordert. Es mangelt an der nötigen Transparenz. Einen Verstoß gegen Ziffer 7 (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten) sieht der Beschwerdeausschuss hingegen nicht. Die Information, an welchen Unternehmen die Gründer beteiligt sind, ist relevant, um deren geschäftlichen Hintergrund für das vorgestellte Start-up nachvollziehen zu können. Darin ist ein hinreichend großes öffentliches Interesse nach Ziffer 7.2 des Pressekodex zu sehen, so dass eine Grenzüberschreitung zur Schleichwerbung nicht vorliegt. Das gilt auch für die Verlinkungen zu den jeweiligen Unternehmen.

Aktenzeichen:0349/20/3
Veröffentlicht am: 01.01.2020
Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);
Entscheidung: Hinweis