

Handfester Streit um „Spätzle-Shaker“

Das Eigeninteresse des Verlages ist für den Leser klar erkennbar

Eine Regionalzeitung aus dem deutschen Südwesten berichtet unter der Überschrift „Der Spätzle-Shaker ist da“ über ein Angebot des Verlages an seine Leser. Im Beitrag wird über die Entstehungsgeschichte des Produkts, die Entwickler, sowie Streitigkeiten zwischen diesen und einem Geschäftspartner des Verlages berichtet. Die Zeitung teilt mit, dass es mittlerweile zwei Firmen gebe, die das Produkt anböten. Sie habe sich für den Shaker des Geschäftspartners und nicht den der Entwickler entschieden. Diese profitierten jedoch auch vom Verkauf dieses Produkts. Die Entwicklerin des Shakers sieht Schleichwerbung für das Produkt. Innerhalb eines redaktionellen Beitrages mache die Zeitung ein kommerzielles Angebot. Dadurch werde der Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex verletzt. Außerdem sei es falsch, dass sie und ihr Sohn vom Verkauf des Konkurrenzprodukts profitierten. Der Leiter für Öffentlichkeitsarbeit/Marketing des Verlages teilt mit, dass es beim Erscheinen des kritisierten Artikels nach Querelen und gerichtlichen Auseinandersetzungen zwei Firmen gegeben habe, die den Spätzle-Shaker produzierten. Eine gehörte der Beschwerdeführerin zu 50 Prozent. Die andere ganz. Die Redaktion sei davon ausgegangen, dass aufgrund dieses Sachverhalts die Beschwerdeführerin von den Erträgen beider Firmen profitiere. Der Satz „Als Erfinderin und Teilhaberin profitiert sie vom Verkauf beider Modelle“ sei also zum Zeitpunkt der Berichterstattung korrekt gewesen. Eine Verletzung der Ziffer 7 liege nicht vor, da das Eigeninteresse des Verlages in der Berichterstattung für den Leser erkennbar sei. Im Artikel werde mehrfach darauf hingewiesen, dass der Spätzle-Shaker vom Verlag vertrieben werde. (2010)

Der Beschwerdeausschuss sieht presseethische Grundsätze nicht verletzt. Die Beschwerde ist unbegründet. Der Grundsatz der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten ist nicht verletzt. Der Leser kann auf den ersten Blick erkennen, dass es sich bei dem Beitrag nicht um eine redaktionelle Veröffentlichung, sondern um ein kommerzielles Angebot des Verlages handelt. Die Anforderung des letzten Satzes der Ziffer 7 wurde voll erfüllt. Darin steht, dass bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, dieses erkennbar sein muss. Auch eine Verletzung der journalistischen Sorgfaltspflicht nach Ziffer 2 des Pressekodex liegt nicht vor. Die Aussage im letzten Satz des Artikels, dass die Beschwerdeführerin vom Verkauf beider Modelle profitiert, kann die Zeitung mit einem Auszug aus dem britischen Handelsregister belegen. Daraus geht hervor, dass die Beschwerdeführerin an der Spätzle-Shaker Limited beteiligt ist. Aus dieser Tatsache lässt sich ableiten, dass sie auch vom Verkauf des Shakers dieses

Unternehmens profitiert.

Aktenzeichen:0899/10/2

Veröffentlicht am: 01.01.2010

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2); Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: unbegründet