presserat

„Letzte Ruhe“ im Internet-Grab

Redakteur eines Nachrichtenmagazins wirkt auch als virtueller Bestatter

Unter der Überschrift „Luxusgrab für 19 Euro“ veröffentlicht ein Nachrichtenmagazin einen Bericht über Web-Friedhöfe. Drei Anbieter werden mit ihren Webadressen genannt. Ein vierter wird ausführlicher und mit einem beigestellten Ausschnitt der Homepage und den Porträtfotos der beiden Betreiber vorgestellt. Ein Leser kritisiert eine nicht vertretbare Hervorhebung eines einzelnen Anbieters mit einem daraus resultierenden eindeutigen Werbeeffekt. Einer der beiden Betreiber ist Redakteur des Magazins. Dieser Umstand hätte besondere Zurückhaltung nach sich ziehen müssen. Eine Pressemitteilung mit Hinweis auf den Magazin-Artikel sei schon vor dessen Erscheinen verbreitet worden. Der Chefredakteur des Magazins versichert, bei der Veröffentlichung hätten weder private oder geschäftliche Interessen Dritter noch persönliche wirtschaftliche Interessen der beteiligten Journalisten oder auch ein Eigeninteresse des Verlages eine Rolle gespielt. Im Beitrag werde auf die Beziehung eines der Gründer der im Artikel erwähnten Firma zum Magazin deutlich und verständlich hingewiesen. Es sei aus pressethischen Gründen nicht erforderlich, bei Vorliegen einer solchen Konstellation von einer Berichterstattung abzusehen. Der Leser könne einen Hinweis auf diese Querverbindung erwarten. Dies sei im vorliegenden Fall so gehandhabt worden. Der Chefredakteur betont, dass an virtuellen Friedhöfen ein berechtigtes Informationsinteresse bestehe. Die Redaktion stehe auf dem Standpunkt, dass dieses Phänomen unserer Zeit berichtenswert sei. Das Magazin behandele dieses sensible Thema durchaus kritisch. Eigeninteressen des Verlages gebe es nicht. (2008)

Eine Verletzung presseethischer Grundsätze liegt nicht vor. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Leser werden sachgerecht über die Verbindung des Internet-Auftritts zu einem Redakteur der Zeitschrift informiert. Eine Beeinflussung der Berichterstattung durch diesen Mitarbeiter ist nicht erkennbar. Grundsätzlich kann eine Zeitung über Unternehmen berichten, an denen eigene Mitarbeiter beteiligt sind. Wichtig ist dabei die eindeutige Information für den Leser. Außerdem darf der betreffende Mitarbeiter nicht selbst über dieses Thema berichten. Beiden Anforderungen ist das Magazin gerecht geworden. Auch ist nicht zu kritisieren, dass der Artikel sich zu einem nicht unerheblichen Teil mit diesem Anbieter befasst. Die Redaktion entscheidet aufgrund ihrer Recherchen, über welchen Anbieter sie überwiegend berichtet. Eine unbegründete Hervorhebung bzw. Schleichwerbung ist nicht erkennbar. Es ist schließlich nicht zu kritisieren, dass das Unternehmen vor der Berichterstattung eine Pressemitteilung verbreitete, in der auf den Magazin-Artikel hingewiesen wurde. Aufgrund vorangegangener Recherchen musste der Web-

Friedhof-Anbieter selbstverständlich wissen, dass ein Artikel erscheinen werde.

(BK2-261/08)

Aktenzeichen:BK2-261/08
Veröffentlicht am: 01.01.2008
Gegenstand (Ziffer): Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde (1);
Entscheidung: unbegründet