

Den Hinweis “Anzeige” vergessen

“Reportage” hatte nichts mit dem redaktionellen Inhalt zu tun

“So schnell ´spart´ man sich ein nettes Abendessen” titelt eine Regionalzeitung über der Reportage vom Einkaufsbummel einer Familie mit der Rabatt-Karte dieser Zeitung. Das Blatt berichtet, wie die Familie dadurch Geld spart, dass sie die Rabatt-Karte benutzt. Auf einem der vier beigeestellten Fotos ist der Inhaber eines Brillengeschäfts mit dem Ladenlogo im Hintergrund zu sehen. Die Rechtsvertretung eines Konkurrenten im Nachbarort, der auch der Rabatt-Karten-Aktion der Zeitung angehört, sieht unzulässige Werbung für den Mitbewerber. Der Eindruck müsse entstehen, nur Geschäfte in der nahe gelegenen Stadt seien an der Aktion beteiligt. Die Rechtsvertretung, die den Deutschen Presserat einschaltet, teilt weiter mit, die “Reportage” sei frei erfunden. Der Einkaufsbummel habe nicht stattgefunden; keine der Waren sei tatsächlich gekauft worden. Die Chefredaktion der Zeitung berichtet, sie habe mehrfach vergeblich versucht, sich mit dem Beschwerdeführer einvernehmlich zu einigen. Die Zeitung habe mit der Reportage versucht, ihre Abonnenten von den Vorteilen des Einkaufs mit der Abo-Card zu überzeugen. Eine solche Vorgehensweise sei in der deutschen Regional- und Heimatzeitungslandschaft durchaus üblich. Allerdings seien bei dem Beitrag tatsächlich zwei Fehler unterlaufen. So sei bei der Produktion der Hinweis “Anzeige” vergessen worden. Außerdem sei auf einem der Fotos das Brillengeschäft zu erkennen gewesen, das mit dem Geschäft im Nachbarort in Konkurrenz stehe. Wegen dieser Fehler habe man sich bei den Geschäftsleuten im Nachbarort und dem Beschwerdeführer selbst entschuldigt. Mehr könne man jetzt nicht mehr tun. (2005)

Der Presserat sieht in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex. Darin ist der Grundsatz der klaren Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung definiert. Der Beschwerdeausschuss spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Zeitung hat zwar mitgeteilt, dass es sich bei dem fraglichen Artikel nicht um einen redaktionellen Beitrag handelt, jedoch gleichzeitig den Fehler eingeräumt, dass bei der Produktion der Hinweis “Anzeige” vergessen wurde. Auf Grund der Tatsache, dass der Beitrag ohne den Anzeigenhinweis auf die Leser wie eine redaktionelle Reportage erscheint, liegt nach Ansicht des Beschwerdeausschusses ein grober Verstoß gegen den Pressekodex vor. Da es sich bei der Veröffentlichung um eine Anzeige handelt, hat der Beschwerdeausschuss eine Prüfung des Wahrheitsgehalts des Inhalts sowie einer möglichen Schleichwerbung (Foto des Brillengeschäfts) nicht mehr vorgenommen. Der Grund: Der Presserat prüft grundsätzlich nur den Inhalt redaktioneller Beiträge und nicht den von Anzeigen. Die Redaktion wird gebeten, die

Rüge gemäß Ziffer 16 des Pressekodex in einer der nächsten Ausgaben zu veröffentlichen. (BK1-69/06)

Aktenzeichen:BK1-69/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: öffentliche Rüge