presserat

„Region eine Marke für sich“

Zeitung berichtet über ein Produkt aus dem eigenen Haus

„Region eine Marke für sich“ titelt eine Regionalzeitung. Es geht um neue Briefmarken, die ein privates Postunternehmen herausgegeben hat. Mehrere Bürgermeister der Region äußern sich der Zeitung zufolge positiv über die Neuerung. Ein Leser merkt an, dass das Postunternehmen zum Verlag der Zeitung gehört. Dieser Umstand werde in dem Artikel nicht erwähnt. Es bestehe keine journalistische Distanz zum Thema. Der Beschwerdeführer sieht den Trennungsgrundsatz verletzt. Der Chefredakteur der Zeitung argumentiert: Hätte die Post AG eine Briefmarke mit regionalen Motiven herausgebracht, wäre auch darüber berichtet worden. Die Bürgermeister rund um den Verlagsort hätten die Zeitung gebeten, über die neuen Briefmarken zu berichten. Auch über neue Marken eines privaten Wettbewerbers habe das Blatt informiert. Im Gegensatz zur Ansicht des Beschwerdeführers geht aus dem Artikel durchaus hervor, dass es sich bei dem Postunternehmen um ein Tochterunternehmen des Zeitungsverlags handele. Dies sei von Anfang an immer wieder berichtet worden. In der Region gebe es wohl keinen Leser, der nicht den Zusammenhang zwischen Zeitung und privatem Postunternehmen kenne. Die Unterstellung, man wolle etwas verschweigen, sei abwegig. (2007)

Der Presserat sieht keinen Verstoß gegen den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex. Es wurde sachlich über ein Thema von öffentlichem Interesse berichtet. Die Tatsache, dass ein Postdienst Briefmarken mit heimischen Motiven herausgibt, ist berichtenswert. Im vorliegenden Fall überwiegt das öffentliche Interesse das denkbare Eigeninteresse des Verlages. Die Themenauswahl war journalistisch begründet. Ein Hinweis auf eine Verflechtung von Postanbieter und Verlag ist nicht zwingend notwendig, wäre aber im Sinne der Transparenz wünschenswert gewesen. Es handelt sich erkennbar nicht um einen Marketingbeitrag der Zeitung für ein Schwesterunternehmen, sondern um die Berichterstattung über ein aktuelles Thema von öffentlichem Interesse. Die Beschwerde ist unbegründet.

(BK1-226/07)

Aktenzeichen:BK1-226/07
Veröffentlicht am: 01.01.2007
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet