presserat

Schleichwerbung für einen Architekten

Beratung von Grundstückskäufern ist keine Neuheit mehr

Unter der Überschrift „Wo das Haus stehen sollte, können nun die Schafe weiden“ berichtet eine Lokalzeitung über einen Architekten und Stadtplaner, der Immobilienkäufern seine Beratungsdienste anbietet. In dem Beitrag wird sechsmal der Name des Mannes genannt. Außerdem wird darauf hingewiesen, dass er für seine Leistungen 155 DM pro Stunde berechnet. Ein Leser sieht in dem Text Schleichwerbung und meldet sich beim Deutschen Presserat. Was hier beschrieben werde, sei keine neue Dienstleistung. Das betreffende Angebot werde auch von tausend anderen offeriert. Die Chefredaktion der Zeitung kann in dem Beitrag keine Schleichwerbung erkennen. Der Artikel behandele vielmehr ein Problem, das viele Grundstückskäufer betreffe, und informiere über eine Dienstleistung, die für viele Leser interessant sei. Der Text preise den genannten Berater nicht in ungebührlicher Weise an. Es sei ein durchaus journalistisches Verfahren, einen abstrakten Zusammenhang am Beispiel einzelner Personen oder Unternehmen verständlich zu machen. (2001)

Der Presserat analysiert im vorliegenden Fall Verstöße gegen die Ziffern 2 und 7 des Pressekodex. Im Rahmen der Recherche hätte der Redaktion auffallen müssen, dass Dienstleistungen wie die beschriebene keine Neuheit sind, sondern schon seit längerem angeboten werden. Durch die ausführliche Beschreibung des Tätigkeitsfeldes im Zusammenhang mit der häufigen Namensnennung wird zudem Schleichwerbung betrieben, da der genannte Architekt durch die Berichterstattung einen Wettbewerbsvorteil gegenüber seinen Konkurrenten erhält. Der Presserat verhängt gegen die Zeitung einen Hinweis. (B 185/01)

Aktenzeichen:B 185/01
Veröffentlicht am: 01.01.2001
Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2); Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Hinweis