presserat

Ein Fachanwalt in der Marktlücke

Konkurrenz-Kanzlei: Vergebliche Beschwerde wegen Schleichwerbung

Die Online-Ausgabe einer Lokalzeitung berichtet unter der Überschrift „Marktlücke“ über einen Rechtsanwalt, der als „in der Region einziger Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz“ bezeichnet wird. Sein Tätigkeitsbereich wird vorgestellt. Er kommt selbst zu Wort und äußert sich zu seiner Auftragslage. Ein anderes Anwaltsbüro sieht einen Fall von Schleichwerbung. Der Bericht sei außerdem schlecht recherchiert, da sich auch andere Anwälte in der Region mit gewerblichem Rechtsschutz befassten. Der Redaktionsleiter der Zeitung spricht von einem begründeten öffentlichen Interesse an der Berichterstattung. Der im Bericht vorgestellte Anwalt sei zum Zeitpunkt der Berichterstattung und auch noch darüber hinaus tatsächlich der erste und einzige Fachanwalt für das neue Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes gewesen und besetze damit eine Marktlücke. Der Redaktion hätten entsprechende Aussagen der regionalen IHK und des OLG vorgelegen. Interessant sei der beschriebene Anwalt außerdem gewesen, weil er einen Lehrauftrag einer Fachhochschule für IT-Recht habe und dort Vorlesungen vor nur zwei Studenten halte. Der Redaktionsleiter schließt mit dem Hinweis, dass sich womöglich auch andere Anwälte im Rahmen ihrer Tätigkeit mit dem gewerblichen Rechtsschutz befassten. Zum Zeitpunkt der Berichterstattung habe es allerdings niemanden am Ort gegeben, der sich nach einem Lehrgang und einer Prüfung „Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz“ habe nennen dürfen. (2009)

Der Presserat sieht keine Verletzung des Pressekodex; die Beschwerde ist unbegründet. Nach Richtlinie 7,2 wird die Grenze zur Schleichwerbung nur dann überschritten, wenn eine Veröffentlichung bezahlt wurde oder über ein begründetes öffentliches Interesse hinausgeht. Dieses liegt vor, weil die Redaktion glaubhaft machen kann, dass der vorgestellte Anwalt zur Zeit der Berichterstattung der einzige Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz in der Region war. Dies ist ein Alleinstellungsmerkmal, das die Berichterstattung rechtfertigt. Die Redaktion hat dieses Alleinstellungsmerkmal entsprechend recherchiert. Dafür dass die Redaktion die Grenze der Schleichwerbung berührte – etwa durch werbliche Sprache – liegen keine Hinweise vor. (BK1-212/09)

Aktenzeichen:BK1-212/09
Veröffentlicht am: 01.01.2009
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet