presserat

# „Positive Bewertung hineingeschrieben“

## Freier Journalist mit redaktioneller Bearbeitung nicht einverstanden

Eine Wochenzeitung veröffentlicht einen Artikel unter der Überschrift „Preiswert zurück ins Risiko“. Thema sind Exchange Traded Funds (ETF). Diverse Anbieter werden genannt. Die Zeitung empfiehlt in einem Kasten vier konkrete Produkte. Beigestellt ist dem Artikel die Anzeige einer im Text mehrfach erwähnten Bank. Auch deren Produkte werden erwähnt und empfohlen. Der Beschwerdeführer, der zugleich Autor des Beitrages ist, sieht Schleichwerbung für die Bank und ihre Produkte. Beim Redigieren habe die Redaktion in seinen Text eine positive ETF-Bewertung hineingeschrieben. Die mehrmals genannte Bank werde über Gebühr erwähnt. Zitate eines Managers einer anderen Bank seien gestrichen worden. Der Beschwerdeführer und Autor berichtet, er sei vom stellvertretenden Chefredakteur der Wochenzeitung gedrängt worden, kritische Punkte nur am Rande zu behandeln und ein bestimmtes Produkt der mehrmals erwähnten Bank zu erwähnen. Dieses Produkt sei dann im beigestellten Kasten, der nicht von ihm stamme, konkret genannt worden. Die Leitung der Wochenzeitung teilt mit, die Berichterstattung zu den ETF´s habe aus zwei Geschichten bestanden. Ein Redakteur habe die Funktionsweise des Anlageinstruments erläutert. Einige Seiten später habe die Geschichte des Beschwerdeführers gestanden. Da diese der ersten Story sehr ähnlich gewesen sei, habe die Chefredaktion mit ihm eine entsprechende Veränderung abgesprochen. Auch dann habe der Beitrag noch in einigen Absätzen redigiert werden müssen. Im Übrigen habe die Zeitung das Trennungsgebot nicht verletzt. Werbung sei eindeutig als solche gekennzeichnet. Dass eine Bank mehrmals erwähnt worden sei, sei darauf zurückzuführen, dass diese zu den führenden Anbietern in diesem Marktsegment gehöre. Die erwähnten Produkte hätten bei unabhängigen Ratings Bestnoten erhalten. (2009)

Der Presserat sieht keine Verletzung des Pressekodex; die Beschwerde ist unbegründet. Zwar werden in dem Artikel die Produkte einer Bank erwähnt und vorgestellt. Auch komme ein Vertreter des Geldinstituts zu Wort. Hier ist es jedoch der Redaktion vorbehalten, welche Produkte sie vorstellt und wen sie als Interviewpartner auswählt. Die Behandlung der Produkte und die Befragung des Bankmitarbeiters gehen nicht soweit, dass man von Schleichwerbung sprechen kann. Insgesamt teilt der Beschwerdeausschuss nicht die Ansicht des Beschwerdeführers, die Berichterstattung sei durch einen Anzeigenkunden beeinflusst worden. Die räumliche Nähe der Bank-Anzeige zur Berichterstattung ist zwar unglücklich, doch ist daraus nicht abzuleiten, dass Unternehmensinteressen in den Artikel eingeflossen sind. (BK2-182/09)

**Aktenzeichen:**BK2-182/09
**Veröffentlicht am:** 01.01.2009
**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7);
**Entscheidung:** unbegründet