presserat

# Waffengeschäft wirbt um Kinder

## Messer „für coole Kids“ neben echten Schwertern angeboten

„Hier sollen Kinder Waffen kaufen!“ titelt eine Boulevardzeitung. Im Bericht geht es um Werbung für Kinder in einem Waffengeschäft. Dessen Name wird genannt. Unter dem Werbebanner „Für coole Kids“ seien – so die Zeitung – Dolche, Macheten, Schwerter und Messer zu sehen. Die Autorin des Beitrages kritisiert die Waffenwerbung für Kinder scharf. Zitiert werden mehrere Einwohner der Stadt, die sich zu der Werbeaktion kritisch äußern. Ein Foto innerhalb des Beitrags zeigt das Schaufenster des Geschäfts. Ein Leser der Zeitung sieht presseethische Grundsätze verletzt. Dem Leser werde suggeriert, dass in diesem Geschäft Waffen an Kinder verkauft würden. Auf dem Foto des Schaufensters seien jedoch keine Waffen zu sehen, sondern lediglich Kindermesser, größtenteils mit abgerundeten Spitzen, und kleine Fahrtenmesser. Diese unterlägen nicht dem Waffengesetz und auch keiner Altersbeschränkung. Die Behauptung, der Waffenhändler würde Waffen an Kinder verkaufen, beruhe lediglich auf einer Vermutung. Es werde suggeriert, dass Personen, die Kindern Messer zugänglich machten, kriminell seien. Die Zeitung nenne sogar den kompletten Namen des Geschäftes und seine Internetadresse. Die Rechtsabteilung der Zeitung nimmt zu der Beschwerde Stellung. Das Waffengeschäft spreche Kinder mit einem Pappaufsteller an und animiere sie, Messer zu kaufen. Besonders bei Familien habe die Werbung für Aufsehen gesorgt. In dem Geschäft würden neben anderen Waffen auch gefährliche Macheten und Schwerter verkauft. Diese Wahrnehmung habe die Redakteurin mit der hohen Straßenkriminalität in der Stadt in Verbindung gebracht. Die Kombination des Angebots von Kinderwaffen und echten Messern, Schwertern und Macheten habe die Autorin veranlasst, von „Waffen“ zu sprechen, was umgangssprachlich gerechtfertigt sei. Es sei einfach wahr, dass für die Kinder-Messer Werbung gemacht werde und sie im Zusammenhang mit gefährlicheren Gegenständen verkauft würden. Ziel des Beitrages sei es gewesen darzustellen, dass durch Waffen verherrlichende Werbung mitten in einer deutschen Großstadt Kinder angesprochen würden. (2011)

Die Zeitung hat nicht gegen presseethische Grundsätze verstoßen. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Mitglieder des Beschwerdeausschusses sind sich darin einig, dass die Autorin gleich am Anfang ihres Beitrages („Bei meinem Spaziergang…“) darauf hinweist, dass der Artikel auf eine subjektive Momentaufnahme einer Redakteurin zurückgeht. Diese hat bei einem Rundgang durch die Stadt in einem Schaufenster eine Werbung entdeckt, die sie für fragwürdig hält. Die Bezeichnung von sogenannten Kindermessern als Waffen halten die Ausschussmitglieder umgangssprachlich für zulässig, ungeachtet der Tatsache, dass diese Gegenstände

nicht dem Waffengesetz unterliegen. Die Presse ist hier nicht an juristische Begrifflichkeiten gebunden. Tatsache ist, dass mit der Werbung des Waffengeschäfts Kinder angesprochen werden. Es ist durchaus zulässig, dass die Redakteurin angesichts der hohen Straßenkriminalität in der Stadt eine kritische Haltung einnimmt. Die im Beitrag enthaltenen Wertungen sind vom Recht auf freie Meinungsäußerung gedeckt. Diskutiert wird auch die Frage, ob der Name des Geschäfts genannt werden kann. Einhellige Meinung: Der Ladenbesitzer präsentiert sich öffentlich mit dieser Werbung. Vor diesem Hintergrund muss er es hinnehmen, dass über den Vorgang mit Namensangabe berichtet wird. (0155/11/2)

**Aktenzeichen:**0155/11/2
**Veröffentlicht am:** 01.01.2011
**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2); Schutz der Persönlichkeit (8);
**Entscheidung:** unbegründet