presserat

# Man trifft sich bei einer guten Suppe

## Lokalspitze über das originelle Angebot eines lokalen Gastronomen

„Guten Tag, liebe Leser“ – unter dieser Rubrik veröffentlicht eine Regionalzeitung einen Meinungsbeitrag mit dem Titel „Treffpunkt Suppenmacher“. Die Autorin schildert darin ihre eigenen positiven Erfahrungen mit einem Laden, der in einer Stadt des Verbreitungsgebietes besondere Suppen anbietet und offenbar stark frequentiert wird. Ein Leser der Zeitung erkennt in dem Beitrag einen Fall von Schleichwerbung. Der stellvertretende Chefredakteur der Zeitung teilt mit, dass er in der Veröffentlichung keinen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte strikte Trennung von Redaktion und Werbung erkennen könne. Es würden keine Preise genannt. Die Autorin gehe auch nicht auf spezielle Angebote des Suppenmachers ein. Der schalte keine Anzeigen in der Zeitung, so dass von einem geschäftlichen Verhältnis keine Rede sein könne. Wenn dieser Artikel unerlaubte Werbung enthalte, dürfe auch kein Reisejournalist mehr über die vorzügliche Gastronomie auf Rügen oder auch kein Rezensent mehr über einen gelungenen Film schreiben. Die Autorin habe vielmehr das originelle Angebot eines lokalen Gastronomen beobachtet und in einer netten Lokalspitze verarbeitet.

Der Presserat vermag den Argumenten des Lesers nicht zu folgen und erkennt in dem kritisierten Beitrag keinen Verstoß gegen den Pressekodex. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Grenze zwischen der Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex ist nicht überschritten. Die Autorin teilt ihre persönliche Auffassung zum Angebot eines vor Ort ungewöhnlichen Restaurants mit. Wenn sie in diesem Zusammenhang das Angebot positiv bewertet, so ist dies eine Meinungsäußerung, die noch durch ein öffentliches Interesse gedeckt ist. Der Fall ist mit einer subjektiven Gastronomie-Kritik gleichzusetzen. Dieses Interesse überlagert im konkreten Fall eine möglicherweise entstehende Werbewirkung für den Anbieter und ist presseethisch nicht zu beanstanden. (0682/13/1)

**Aktenzeichen:**0682/13/1
**Veröffentlicht am:** 01.01.2014
**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7);
**Entscheidung:** unbegründet