presserat

Eine Immobilienfirma bevorzugt genannt

Beschwerdeführer aus der Branche bemängelt Fall von Schleichwerbung

„Ein begehrtes Bergdorf mit See“ – unter dieser Überschrift berichtet eine Regionalzeitung über eine Gemeinde und die dort gegebene Bauland-Situation. Im Beitrag steht ein gesonderter Kasten, der in seiner Überschrift „Die Bewertung von Experten“ verheißt. Darin beurteilt die Maklerin einer namentlich genannten Immobilienfirma Situation und Entwicklungspotential der Gemeinde im Baubereich. Sie vergisst nicht zu erwähnen, dass ihre Firma noch ein Grundstück in einem Bebauungsgebiet des Ortes anbietet. Der Beschwerdeführer ist ein Konkurrent der genannten Immobilienfirma. Er sieht in der Veröffentlichung einen Wettbewerbsvorteil für das mehrfach namentlich genannte Unternehmen. Der jetzt vorgelegte Beitrag sei nur ein Beispiel aus einer ganzen Serie. Ein Fall von Schleichwerbung liege auch dadurch vor, dass die Zeitung der Maklerin erlaube, im redaktionellen Teil ein konkretes Immobilienangebot zu unterbreiten. Der Chefredakteur der Zeitung berichtet in seiner Stellungnahme, dass sein Blatt in einer Serie den Fragen nach gehe, wie gut es sich im Verbreitungsgebiet wohne, wie der Immobilienmarkt beschaffen sei und wie sich einzelne Lagen entwickelten. Die Redaktion habe dabei eine bestimmte Expertin befragt, die über gutes statistisches Material verfüge und sich sowohl in der Stadt, als auch im Umland sehr gut auskenne. Für ihre Auswahl seien ausschließlich redaktionelle Gründe maßgebend gewesen. In einem Punkt gibt der Chefredakteur dem Beschwerdeführer Recht. Der Satz „Wir selbst können noch ein Grundstück anbieten im Bebauungsgebiet an der Kirschallee“ gehöre nicht in eine Expertenbewertung. Er sei beim Redigieren „durchgerutscht“ und der einzige Fehler in der Serie.

Die Zeitung hat gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen, weshalb der Presserat eine Missbilligung ausspricht. Sie lässt während einer Serie über Immobilien-Fragen nur eine bestimmte Maklerin als Expertin zu Wort kommen. Das ist ein Werbeeffekt für deren Unternehmen. Die Grenze zur Schleichwerbung ist dadurch überschritten. Es wäre korrekt gewesen, in der Serie mehrere Makler zu Wort kommen zu lassen. Schleichwerbung liegt auch vor, weil die Maklerin im redaktionellen Teil darauf hinweisen darf, dass sie in einem bestimmten Baugebiet noch ein Grundstück offerieren kann. Auch hier gilt: Die Grenze zur Schleichwerbung ist überschritten. (0878/13/1)

Aktenzeichen:0878/13/1
Veröffentlicht am: 01.01.2014
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: Missbilligung