presserat

Journalistische Sorgfaltspflicht beachtet

Merkwürdigkeiten bei einem lokalen Gastronomie-Vorhaben

Geteiltes Echo auf Restaurant-Pläne“ titelt eine Lokalzeitung. Es geht um ein Gastronomie-Vorhaben an einem See im Verbreitungsgebiet der Zeitung. Der Autor schreibt, der zuständige Stadtbaurat sei für diese Pläne sogar in einem Internet-Werbefilm aufgetreten, der von zwei Gastronomie-Unternehmern gesponsert worden sei. Die Zeitung zitiert eine Aussage des Stadtbaurats aus dem Video. Weiter: „Es klang wie aus einem Werbefilm, was wohl vor allem daran liegt, dass es einer ist. Ein Info-Button weist nämlich darauf hin, dass das Steakhaus ´The Ash´ die Verbreitung des Videos finanziert hat. Das Geld floss allerdings nicht an Stadtbaurat … und auch nicht an die Stadt, wie … (der Stadtbaurat) auf …Anfrage betonte.“ Beschwerdeführer ist der im Artikel namentlich genannte Stadtbaurat. Er sieht einen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht durch diese Passage: „Es klang wie aus einem Werbefilm, was wohl vor allem daran liegt, dass es einer ist.“ Die Verfasserin stelle eine Behauptung auf und stelle sie als Tatsache dar. Dass Geld geflossen sei, habe die Redaktion frei erfunden. Der Redaktionsleiter teilt mit, dass das erwähnte Video eindeutig vor der entscheidenden Bauausschusssitzung aufgenommen worden sei. Ein inzwischen gelöschter Info-Button im Video habe belegt, dass eines der beiden Restaurants das Video finanziert habe. Außerdem sei von „Branded Content“ die Rede gewesen, was ja für subtile Werbung stehe. Es sei der Redaktion unverständlich, wieso der Beschwerdeführer behaupte, es sei kein Geld geflossen und es handele sich nicht um Werbung. Alles in allem - so der Redaktionsleiter abschließend – habe die Zeitung der journalistischen Sorgfaltspflicht im Sinne des Pressekodex Genüge geleistet. Nach wie vor komme es der Redaktion merkwürdig vor, dass ein Stadtbaurat öffentlich Werbung für zwei Restaurants mache und ihnen ohne Ausschreibung und Konkurrenzangebote Seegrundstücke verkaufen wolle. Der letzte Aspekt sei auch schon von einer politischen Partei am Ort kritisch hinterfragt worden.

Die Zeitung hat nicht gegen presseethische Grundsätze verstoßen. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Redaktion kann hinreichend nachweisen, dass das Video als gesponserter Beitrag gekennzeichnet war. Sie kann davon ausgehen, dass es sich um ein Werbevideo handelt und durfte dieses auch als solches bezeichnen. Davon, dass bei einem gesponserten Beitrag Geld fließt, kann grundsätzlich ausgegangen werden.

Aktenzeichen:0083/19/2
Veröffentlicht am: 01.01.2019

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);
Entscheidung: unbegründet