presserat

Aus früherem Verfahren nichts gelernt

Für die Leserschaft sind Interessenkollisionen oft nicht zu erkennen

Zwei Beschwerdeführer legen zahlreiche Exemplare einer Lokalzeitung vor. Sie kritisieren die Praxis der Redaktion, ihre Beiträge auf der Titelseite mit „xx“ bei einem Autor und mit „xx/yy“ bei mehreren Autoren zu kennzeichnen. Die Beschwerdeführer kritisieren, dass diese Praxis fortgeführt werde, obwohl der Presserat in einem früheren Verfahren diese moniert habe. Sie nennen Artikel, die von Redakteuren und Kommunalpolitikerinnen und -politikern gemeinsam verfasst worden seien, ohne dass auf diese Tatsache aufklärend hingewiesen werde. Einer der Beschwerdeführer verweist auf Artikel, die im zur Zeitung gehörenden Anzeigenblatt als Anzeige gekennzeichnet seien. In der Zeitung fehle dieser Hinweis. Die Redaktion drucke komplette Seiten mit Beiträgen ab, bei denen es sich offensichtlich um reine Werbung handele, ohne dass darauf erläuternd hingewiesen werde. Der Geschäftsführer des Verlags lehnt eine Stellungnahme zu den Beschwerden ab und verweist auf eine frühere Stellungnahme in einem vorangegangenen Beschwerdeverfahren. Der Geschäftsführer weist darauf hin, dass einer der Beschwerdeführer auf Facebook Stimmung gegen den Verlag mache. Grund sei die Ablehnung der Redaktion, ausschweifende und Drittpersonen herabwürdigende Leserbriefe des Beschwerdeführers zu veröffentlichen. Das sei der Leserschaft der Zeitung nicht zuzumuten.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Berichterstattungen einen schweren Verstoß gegen die in Ziffer 6 des Pressekodex festgeschriebene Pflicht zur strikten Trennung von Tätigkeiten und das in Ziffer 7 des Pressekodex verankerte Gebot zur klaren Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Das Gremium bekräftigt seine Kritik an der Praxis der Autorenkennzeichnung mit „xx“ bzw. „xx/yy“ und verweist auf das Beschwerdeverfahren mit dem Aktenzeichen 0808/20/1-BA. Besondere Kritik übt der Beschwerdeausschuss an einem eklatanten Verstoß gegen das Verbot der Schleichwerbung. Beispiel sei ein Artikel, in dem umfangreich positiv über ein bestimmtes Produkt berichtet werde. Der gleiche Beitrag sei im Anzeigenblatt des Verlags als Anzeige veröffentlicht worden.

Aktenzeichen:0124/21/1
Veröffentlicht am: 01.01.2021
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Tätigkeiten (6); Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge