



# **Entscheidung**

## **des Beschwerdeausschusses 3**

### **in der Beschwerdesache 0612/25/3-BA**

**Beschwerdeführer:**

**Beschwerdegegner:**

**Ergebnis:** **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

**Datum des Beschlusses:** **24.09.2025**

**Mitwirkende Mitglieder:**

#### **A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Zeitung kündigt am 27.06.2025 unter der Überschrift „Premiere für die Pflegemesse“ eine lokale Veranstaltung an. „Die Job- und Ausbildungsmesse [Name] ist bereits eine etablierte und erfolgreiche Veranstaltungsreihe, die stets im Frühjahr von der Firma [Name Veranstalter] in [Name Veranstaltungsort] organisiert wird. In der Eventhalle von [Name Verlag] folgt nun im Herbst mit [Name Pflegemesse] zum ersten Mal eine Messe für Pflege, Achtsamkeit und Selbstfürsorge. Noch stehen Standflächen für Aussteller zur Verfügung.“ Die Besucher dürften sich bei der Messe auf eine inspirierende Mischung aus Fachausstellern, Vorträgen, Workshops und Erlebnisformaten freuen, die praktische Unterstützung böten und Raum für Austausch schafften. Ob (...) – bei der Messe fänden Interessierte Antworten und Ansprechpartner. Wer sich oder sein Unternehmen im Rahmen der Messe präsentieren möchte, könne sich unter [Link zur Homepage der Messe] als Aussteller registrieren... Eine andere Möglichkeit sei, direkt eine Anfrage an [E-Mail-Adresse des Veranstaltungsortes] zu senden. Weiter hebt der Artikel die Bedeutung des Themas der Messe hervor.

II. Der Beschwerdeführer trägt unter anderem vor, die Redaktion verstoße nach seiner Einschätzung gegen das Gebot der Trennung von Werbung und Redaktion. Sie habe für eine kommerzielle Messe eines Unternehmens geworben, das mit dem Verlag der Zeitung verbunden sei. In dem Artikel sei verschwiegen worden, dass die genannte Werbeagentur ein Teil des Netzwerkes der Medien-Unternehmensgruppe ist (der Beschwerdeführer legt hierzu Informationen einer Online-Firmendatenbank vor). Auch der Veranstaltungsort gehöre

zum Verlagsunternehmen (der Beschwerdeführer legt hierzu Informationen einer Online-Firmendatenbank vor). Er sei der Meinung, dass mit der Veröffentlichung der Veranstaltungskündigung durchaus Eigeninteressen des Verlagshauses berührt seien. Das sei aber nicht erkennbar. Der Beschwerdeführer sieht zudem Anhaltspunkte für Schleichwerbung.

III. Der Chefredakteur trägt unter anderem vor, die Vorwürfe weise man entschieden zurück.

Wesentlich sei: Eine mögliche Verbindung des Verlagshauses zur Veranstaltung sei ausdrücklich und transparent im Artikel benannt worden. Es sei klar darauf hingewiesen worden, dass der Veranstaltungsort Teil des Medienhauses ist. Damit sei für die Leserschaft ohne weiteres erkennbar, dass organisatorische Berührungspunkte bestehen. Schon aus diesem Grund könne keine Rede davon sein, dass Eigeninteressen des Verlags verschwiegen oder verschleiert worden wären.

Dass über eine Messe berichtet werde, die in Räumen einer Tochtergesellschaft stattfinde, mache den Bericht nicht zu Werbung. Journalistische Berichterstattung über Ereignisse in der Region – seien es Konzerte, Ausstellungen oder Messen – gehörten zum Kernauftrag einer Tageszeitung.

### **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung unter der Überschrift „Premiere für die Pflegemesse“ keinen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Der streitgegenständliche Artikel informiert über eine Veranstaltung eines mit dem Verlag verbundenen Veranstalters in einer Eventlocation des Verlages. Die Berichterstattung betrifft daher ein Eigeninteresse des Verlages. Insofern ist vorliegend Ziffer 7 des Pressekodex einschlägig und nicht Richtlinie 7.2.

Gemäß Ziffer 7 des Pressekodex muss ein anzunehmendes Eigeninteresse für die Leserschaft erkennbar sein. Einige Ausschussmitglieder sind der Auffassung, dass die Redaktion gegenüber der Leserschaft hätte deutlich machen müssen, dass der Veranstalter der Messe ebenfalls mit dem Verlag verbunden ist. Die anderen Ausschussmitglieder sind dagegen der Auffassung, dass das Eigeninteresse des Verlages durch die Angabe, dass die Eventhalle zum Verlag gehört, ausreichend transparent gemacht wurde. Im Ergebnis der Diskussion fand sich für keine der Auffassungen eine Mehrheit.

### **C. Ergebnis**

Insgesamt liegt damit kein Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats vor, so dass der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet erklärt.

Die Entscheidung ergeht mit 3 Ja-Stimmen und 3 Nein-Stimmen. Aufgrund der Stimmengleichheit verfehlte der Antrag der Beschwerdeführung auf Feststellung eines Verstoßes die erforderliche Mehrheit.

**Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion**

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verlage und Redaktionen wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter  
<https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>