

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 0614/25/3-BA**

**Beschwerdeführung:**

**Beschwerdegegner:**

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

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

**Mitwirkende Mitglieder:**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht am 28.06.2025 einen Artikel unter der Überschrift „Von der Ruine zum Schmuckstück“. Der Beitrag beschäftigt sich mit dem abgeschlossenen Verkauf eines von dem alten Eigentümer renovierten Fachwerkhauses. Der Makler, der das Objekt verkauft hat, wird an zwei Stellen erwähnt und vorgestellt.

II. Der Beschwerdeführer sieht Schleichwerbung für das Maklerbüro, das ausführlich vorgestellt werde. Ein öffentliches Interesse daran bestehe nicht.

III. Der stellvertretende Chefredakteur teilt mit, dass sie regelmäßig Artikel über ungewöhnliche Immobilien in ihrem Verbreitungsgebiet veröffentlichten. Bei dem beschriebenen Haus handele es sich um einen ehemaligen Mühlenbetrieb, der wichtiger Teil der Ortsgeschichte sei. Die Sanierung bedeute, dass das vom Verfall bedrohte Haus für den Ort erhalten bleibe. Das Wohnhaus sei vom Landschaftsverband Westfalen-Lippe gewürdigt und als Denkmal des Monats ausgezeichnet worden. Diese Faktoren reichten als Anlass für eine Berichterstattung aus.

Die Erwähnung des Immobilienbetriebs, der das Haus vermittelt habe, sei Teil der Geschichte, wie aus einer Ruine ein denkmalgeschütztes Gebäude wurde. Die Details zu

dem Immobilienunternehmen sollten dessen Kompetenz beschreiben. Diese Kompetenz ließe dann wiederum Einordnungen der baulichen Leistung bei der Sanierung zu, wie sie der Immobilienfachmann im Text dann auch vornehme. Die Erwähnung, dass es sich um die 1001. Immobilie handele, die das Büro verkauft habe, sei allerdings inhaltlich redundant und nicht notwendig. Die betreffenden Passagen hätten sie daher aus dem Online-Artikel und der Version im e-Paper entfernt. Dies habe er dem Beschwerdeführer auch mitgeteilt, der daraufhin geantwortet habe, dass er seine Beschwerde beim Presserat dennoch aufrechterhalte, so der stellvertretende Chefredakteur.

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

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keinen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot der klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Mehrheit der Mitglieder ist der Auffassung, dass der Artikel presseethisch nicht zu beanstanden ist. Die Berichterstattung überschreitet nicht die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex und ist in vollem Umfang von einem begründeten öffentlichen Interesse gedeckt.

### **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 6 Ja-Stimmen bei 1 Enthaltung.

#### **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.

#### **Richtlinie 7.2 – Schleichwerbung**

Redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, dürfen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Eine Überschreitung liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leserinnen und Leser hinausgeht oder von dritter Seite bezahlt bzw. durch geldwerte Vorteile belohnt wird.

Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter

<https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>

Deutscher Presserat Postfach 12 10 30 10599 Berlin

Fon: 030/367007-0 Fax: 030/367007-20 E-Mail: [info@presserat.de](mailto:info@presserat.de) [www.presserat.de](http://www.presserat.de)

