

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 1125/25/3-BA

Beschwerdeführung:

Beschwerdegegner:

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **18.03.2026**

Mitwirkende Mitglieder:

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Zeitung berichtet am 06.11.2025 unter der Überschrift „Unterwegs statt Unterricht“ über eine (namentlich genannte) Lehrerin, die als Reisekoordinatorin für ein (namentlich genanntes) Reiseunternehmen arbeitet. Eigentlich sei sie Gymnasiallehrerin mit zweitem Staatsexamen. Anstatt vor Schülern zu stehen, habe sie sich für die Welt als Klassenzimmer entschieden. Unterwegs statt Unterricht – nach diesem Motto lebe sie derzeit. Möglich mache dieses Dasein als Weltenbummlerin ein Reiseanbieter aus Italien, der in den letzten Jahren in Deutschland Fuß gefasst habe und auf Gruppenreisen spezialisiert sei. Der Reiseanbieter habe neue Travel-Koordinatoren gesucht. „Kostenlos durch die Welt reisen – das klang erstmal wie Betrug für mich“, wird die Lehrerin zitiert. Wichtig sei dabei zu wissen, dass Reisekoordinatoren nicht beim Reiseanbieter angestellt seien. Die Abmachung sei, dass sie Flüge, Unterkünfte und Spesen erstattet bekommen, dafür aber die Gruppe durch das Reiseland führen. Professionelle Reiseleiter seien sie nicht. „Wir haben immer lokale Guides vor Ort, die das Land viel genauer als wir kennen“, erkläre die Lehrerin, die ihren Lebensunterhalt derzeit mit anderen Jobs finanziere. Die Zitierte beschreibe im Weiteren ihre Reiseerlebnisse anhand von Anekdoten sehr positiv.

II. Die Beschwerdeführerin trägt sinngemäß vor, die Veröffentlichung sei ein nur schwach getarnter Werbeartikel für den Reiseanbieter und dessen Geschäftsmodell.

III. Der Chefredakteur trägt sinngemäß vor, der beanstandete Text sei auf Seite 3 erschienen, wo regelmäßig Menschen aus der Region und ihre außergewöhnlichen

Lebenswege porträtiert würden. Die Kombination aus dem Mangelberuf Lehrerin, dem persönlichen Schicksalsschlag und den umfangreichen Reiseerfahrungen mache ihren Lebensweg berichtenswert und stelle einen besonderen Lebensentwurf dar. Die Nennung des Reiseanbieters sei notwendig gewesen, da im Text auch dessen Geschäftsmodell erläutert werde. So werde dargestellt, dass sich das Angebot an finanzstarke Alleinreisende richte, die Reisekoordinatoren nicht fest angestellt und keine ausgebildeten Reiseleiter seien, da lokale Guides eingesetzt würden. Zudem werde betont, dass die Tätigkeit sehr fordernd sei, die Protagonistin ihren Lebensunterhalt anderweitig verdiene und diese Arbeit nicht dauerhaft ausüben wolle.

Der Chefredakteur kommt zu dem Schluss, dass kein Verstoß gegen den Pressekodex vorliegt, da keine Werbung betrieben werde und vielmehr eine kritische Darstellung erfolge.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

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

Der Beschwerdeausschuss folgt bei seiner presseethischen Bewertung weitgehend der Argumentation der Beschwerdegegnerin. Zwar ist die namentliche Nennung des Reiseanbieters grundsätzlich mit einem werblichen Effekt verbunden. Dieser ist jedoch erkennbar nicht in den Fokus der Berichterstattung gerückt. Auf der anderen Seite ist an dem beschriebenen Lebensentwurf der Lehrerin gemäß Richtlinie 7.2 ein hinreichendes großes begründetes Leserinteresse anzunehmen. Insofern ist vorliegend die Grenze zur Schleichwerbung noch nicht überschritten.

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 einstimmig.

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 www.presserat.de

