

Eigenes Hotel in höchsten Tönen gelobt

Geschäftliche Interessen waren für die Leser nicht erkennbar

Eine Regionalzeitung veröffentlicht unter der Überschrift „Himmel auf Erden“ einen Gast-Beitrag über Saint Tropez und ein dortiges Hotel, das besonders positiv dargestellt wird. Ein Leser sieht in dem Artikel Schleichwerbung und wendet sich an den Deutschen Presserat. Der Autor schreibe über ein Hotel, das zu seinem eigenen Unternehmen gehöre. Dies werde den Lesern jedoch nicht mitgeteilt. Die Rechtsabteilung der Zeitung teilt mit, der Beitrag sei unter der Rubrik „Himmel auf Erden“ erschienen. An dieser Stelle kämen oft Gastautoren zu Wort. Deren Aufgabe bestehe darin, einen Ort vorzustellen, der für sie von besonderer Bedeutung sei, von dem sie träumten und den sie immer wieder gern aufsuchten oder nach dem sie sich sehnten – kurz ein Himmel auf Erden. Der Redaktion sei der Umstand, dass das beschriebene Hotel mittlerweile dem Unternehmen des Autors zuzurechnen sei, nicht bekannt gewesen. Sie habe den Verfasser mit der Beschwerde konfrontiert. Nach dessen Darstellung war er zum Zeitpunkt der Veröffentlichung weder Inhaber noch Geschäftsführer des beschriebenen Hotels. Deshalb – so die Rechtsabteilung – liege eine Vermischung der redaktionellen Veröffentlichung mit geschäftlichen Interessen des Gastautors nicht vor. (2006)

Die Zeitung hat gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex gebotene Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Der Presserat spricht eine öffentliche Rüge aus. Der Gastautor lobt besagtes Hotel in den höchsten Tönen. Seine Hotelkette hat das Haus kurz nach Erscheinen des Artikels übernommen. Der Presserat kommt zu dem Schluss, dass die Veröffentlichung durch geschäftliche Interessen des Autors beeinflusst war. Verstärkt wird dieser Eindruck durch das vom Beschwerdeführer vorgelegte Programm eines Gourmet-Festivals. Darin wird der Koch des hoch gelobten Hotels als Mitarbeiter der Hotelkette des Artikelverfassers bezeichnet. (BK2-318/06)

Aktenzeichen: BK2-318/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: öffentliche Rüge