

## Das Verlagsinteresse nicht deklariert

### Zeitung und Postdienstleister kommen aus einem Haus

Eine Regionalzeitung berichtet unter dem Titel „Blaue Briefkästen für Kunden der ...-Post“ über ein privates Postunternehmen. In der Berichterstattung werden das Angebot des Dienstes sowie Annahmestellen ausführlich beschrieben. Weiterhin werden eine Internetadresse und eine Service-Telefonnummer genannt. Ein Leser der Zeitung bemängelt, dass der Leser nicht darüber informiert werde, dass das Unternehmen eine Tochter des Verlagshauses sei, das auch die Regionalzeitung herausgibt. Das Eigeninteresse des Verlages werde nicht deutlich. Er sieht einen Verstoß gegen das Trennungsgebot, das in Ziffer 7 des Pressekodex definiert ist. Die Rechtsvertretung der Zeitung teilt zu dem beanstandeten Beitrag mit, dass es sich dabei nicht um Werbung handele, sondern um einen an den Interessen der Leserschaft ausgerichteten Beitrag. Dieser enthalte keinerlei unsachliche werbliche Anpreisungen der Leistungen des Briefdienstes. Die Zeitung rechtfertigt die Berichterstattung mit dem Hinweis auf ein begründetes öffentliches Interesse. Den Lesern sei die Verbindung von Zeitung und Briefdienst durchaus bekannt, da dieser regelmäßig in der Zeitung mit Anzeigen beworben werde. (2007)

Die Zeitung hat gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten) verstoßen. Der Presserat spricht einen Hinweis aus. Im Pressekodex ist festgehalten, dass in Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, dieses erkennbar sein muss. Diese Anforderung wurde in dem Beitrag nicht erfüllt. Für den Leser ist nicht ohne weiteres ersichtlich, dass es sich bei dem Briefdienst um ein Tochterunternehmen der Zeitung handelt. Es ist nicht auszuschließen, dass ein Teil der Leser das weiß. Das Transparenzgebot des Pressekodex bezieht sich jedoch auf die legitimen Erwartungen der breiten Leserschaft an eine unabhängige Berichterstattung. Daher wäre es angebracht gewesen, in dem Beitrag auf die gesellschaftsrechtliche Verflechtung von Verlag und Postdienstleister hinzuweisen. Dieser Hinweis blieb aus; ein aktueller journalistischer Anlass für die Berichterstattung ist zudem nicht erkennbar. Daher sieht der Presserat in dem Beitrag ein nicht deklariertes werbliches Eigeninteresse des Verlages an der Berichterstattung und damit eine Verletzung des Pressekodex. (BK1-234/07)

**Aktenzeichen:** BK1-234/07

**Veröffentlicht am:** 01.01.2007

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

**Entscheidung:** Hinweis