

Erst kritisch und dann positiv berichtet

Wirtschaftszeitung veröffentlicht acht Seiten zum Thema „Sparkasse“

„Deutschland, deine Sparkassen - Eine Liebeserklärung“ – so überschreibt eine Wirtschaftszeitung eine achtseitige Strecke zum Thema „Sparkasse“, deren farbiges Logo in die Überschrift eingearbeitet ist. Die Seiten im Innenteil enthalten einen längeren redaktionellen Beitrag, verfasst von sieben Redakteuren. Im Text werden aus Sicht eines fiktiven Kunden die Vorzüge des Geldinstituts geschildert. Darüber hinaus sind in der Strecke kleinere Beiträge zu den Themen Sponsoring, größte/kleinste Sparkassenfiliale, Sparkasse auf Rädern, Werbung und „Jedermann-Konto“ enthalten. Auf den Beschwerdeführer, einem Leser der Zeitung, wirkt die Berichterstattung wie Werbung. Er erinnert daran, dass die Zeitung vor einiger Zeit einen Beitrag unter dem Titel „Die Sparkasse als Finanzcasino“ mit einer kritischen Darstellung des Geldinstituts veröffentlicht habe. Bei der nunmehr veröffentlichten Positiv-Berichterstattung entstehe der Eindruck, dass es sich um eine Pressemitteilung handle und die Trennung von Redaktion und Werbung nicht mehr gewährleistet sei. Aus Sicht der Rechtsabteilung der Zeitung handelt es sich bei der achtseitigen Sparkassenstrecke um redaktionelle Beiträge, die von öffentlichem Interesse gedeckt seien. Die Berichterstattung zeichne, belegt von Tatsachen, in Abgrenzung zu den internationalen Großbanken Geschichte, Entwicklung, das heutige Bild und Geschäftsmodell der Sparkassen als Körperschaften des Öffentlichen Rechts nach. Die Redaktion stelle die besondere Beziehung der Deutschen zum Sparen und zu „ihren Sparkassen“ sowie die durch die Krise hierzulande ausgelöste Sehnsucht nach einer heilen Bankenwelt dar. Dem aktuellen Zeitgeist entsprechend werde der Leserschaft Hintergrundwissen vermittelt. Dies sei Aufgabe der Presse. Die Veröffentlichung – so die Rechtsabteilung weiter – sei als Aufruf wieder hin zu mehr Sparen zu verstehen. (2012)

Die Redaktion hat nicht gegen pressethische Grundsätze verstoßen; die Beschwerde ist unbegründet. Im vorliegenden Fall handelt es sich um ein Unternehmensporträt, das auch kritische Aussagen enthält. Dass der Grundtenor der Veröffentlichung eher positiv ist, wird nicht beanstandet, da es im Ermessen einer Redaktion liegt, wie sie ein Unternehmen beurteilt. Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 liegt nicht vor. Die Berichterstattung ist vielmehr von einem öffentlichen Interesse gedeckt. Dass – wie der Beschwerdeführer ausführt – die Zeitung zuvor einen sehr kritischen Bericht über die Sparkasse veröffentlicht hat, bedeutet nicht, dass nicht einige Monate später eine positive Darstellung des Instituts erfolgen kann. Hierdurch wird vielmehr deutlich, dass unterschiedliche Beurteilungen eines Unternehmens möglich sind. Dies ist ein Merkmal für die Meinungsvielfalt der Presse. (0456/12/1)

Aktenzeichen:0456/12/1

Veröffentlicht am: 01.01.2012

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

Entscheidung: unbegründet