

**Vorsitzendenentscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 0916/24/3-BA**

**Beschwerdeführer:**

**Beschwerdegegner:**

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

**Datum des Beschlusses:** **04.12.2024**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Gegenstand der Beschwerde ist die Berichterstattung einer Lokalzeitung über den ansässigen Handballverein.

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, die Zeitung berichte ausführlichst über Spiele des lokalen Handball-Vereins – und verkaufe gleichzeitig Eintritts-Tickets für diese Spiele. Einen Transparenz-Hinweis darauf finde man allerdings nicht. Die Berichte seien oftmals auffallend positiv.

III. Der Chefredakteur trägt vor, über die Eingabe sei man insofern erstaunt, als es keinerlei Zusammenhang zwischen dem „Express-Ticketservice“ und der Zeitungs-Redaktion gebe.

Selbstverständlich berichte die Redaktion ausführlich über den lokalen Handballverein, denn es sei der Verein, der am höchsten spiele, nämlich in der Zweiten Handballbundesliga. Hier sehe man ein wichtiges Feld ihrer Sportberichterstattung und stelle fest, dass dieses Thema besonders gefragt sei. „Auffallend positiv“ sei die Berichterstattung dagegen nicht, vielmehr angemessen sachlich bis kritisch. Um nur zwei Beispiele zu nennen: In den beiden jüngsten Spielberichten sei schon in der Überschrift von „Problemen“ zu lesen gewesen, die das Team spielerisch habe sowie von „pomadigen Anfangsminuten“, die dem Trainer „den Kragen platzen“ ließen. Nichts deute nüchtern betrachtet darauf hin, dass hier ein Team mit Samthandschuhen angefasst werde. Das würde im Übrigen auch dem Selbstverständnis der Redaktion komplett zuwiderlaufen. Der vom Beschwerdeführer insinuierte Zusammenhang zwischen Ticketverkauf und angeblich unkritischer Berichterstattung existiere schlicht nicht.

Es stimme, dass der Verlag in seinem „Express Ticketservice“ Eintrittskarten für alle möglichen Veranstaltungen in der Region und darüber hinaus anbiete. Dieser eigenständige Bereich habe mit der Redaktion allerdings keinerlei Berührungspunkte, was von der Chefredaktion sowie den Kolleginnen und Kollegen im Sport auch gar nicht akzeptiert würde.

Einen Zusammenhang zwischen redaktioneller Tätigkeit und Form/Anzahl/Inhalt einer Berichterstattung gebe es schlicht nicht.

Einen Transparenzhinweis gebe es ebenfalls nicht. Das würde er allerdings auch als abwegig und in der Sache geradezu kontraproduktiv empfinden. Man stelle sich vor, in jedem Text über den Verein stünde ein Kasten mit dem Inhalt: „Transparenzhinweis: Der Express-Ticketshop des Verlags [Name], der auch [Name Zeitung] herausgibt, verkauft Heimspieltickets für Spiele von [Name Verein]“. Das wäre ja geradezu ein dauerhaftes Herstellen einer indirekten Werbemaßnahme. Würden man das tun, könnte man dem Verlag zurecht unterstellen, hier durch Scheintransparenz in Wahrheit Werbung für den Ticketverkauf zu machen. Das gehe aus ihrer Sicht nicht.

Als unglücklich empfinde man allerdings einen Button, der auf MT.de zu finden gewesen sei und auf den Ticketshop verlinkte. Von diesem habe die Redaktion keine aktive Kenntnis gehabt und habe ihn direkt nach Eingang der Beschwerde dauerhaft entfernen lassen.

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

Der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses erkennt in der streitgegenständlichen Berichterstattung über einen lokalen Handballverein keinen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Dass ein Ticket-Service von einem Verlag mit Gewinnerzielungsabsicht betrieben wird, ist für eine durchschnittlich verständige Leserschaft – auf eine solche ist vorliegend bei der Prüfung anhand des Pressekodex abzustellen – hinreichend naheliegend. Insofern ist ein solcher Ticket-Service gemäß Ziffer 7 des Pressekodex als ein Eigeninteresse des Verlages zu werten, das für die Leserschaft erkennbar sein muss.

Der Ticket-Service ist vorliegend durch eine eigene Internetadresse organisatorisch vom redaktionellen Geschäft des Verlages getrennt. Inhaltlich ist die Seite erkennbar auf den Ticketverkauf für die vorgestellten Veranstaltungen ausgerichtet und ersichtlich nicht journalistisch-redaktionell gehalten. Auch wenn das Kürzel der Zeitung in diese Internetadresse integriert ist, ist nicht anzunehmen, dass dies vorliegend zu einer Irreführung der Leserschaft führen kann.

Die Beschwerdegegnerin weist zurecht darauf hin, dass es sich bei dem Handballverein um den bedeutendsten Sportverein der Region handelt. Insofern sind Art und Umfang der Berichterstattung hinreichend durch ein anzunehmendes Interesse der lokalen Leserschaft gedeckt. Die Beschwerdegegnerin konnte in ihrer Stellungnahme zudem glaubhaft machen, dass es in der Berichterstattung über den Verein keine Anzeichen dafür gibt, dass diese auf eine Förderung des Ticketverkaufs ausgerichtet sein könnte.

### **C. Ergebnis**

Der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses 3 beurteilt die Beschwerde als unbegründet (§ 7 (2) BO). Publizistische Grundsätze werden nicht verletzt.

#### 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. Verleger und Redakteure 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.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter <https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>