

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 0889/24/3-BA

Beschwerdeführer:

Beschwerdegegner:

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **04.12.2024**

Mitwirkende Mitglieder:

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht am 16, 17. und 18.09.2024 drei - an eine redaktionelle Rubrik mit dem Titel „Kopf des Tages“ angelehnte – Beiträge mit der Überschrift „Dino des Tages“. In den Veröffentlichungen wird jeweils ein Dinosaurier vorgestellt, der zu einer von einer Werbegemeinschaft initiierten Ausstellung von insgesamt 34 großen Dinosaurierfiguren gehören. In den drei Beiträgen ist neben der Vorstellung eines Dinos jeweils ein Hinweis auf die Werbegemeinschaft sowie die Angabe einer Website (mit QR-Code) mit Informationen über die Aktion enthalten.

II. Nach Ansicht der BF handelt es sich bei den drei Beiträgen nicht um Redaktion, sondern um Werbung für die Aktion. Eine entsprechende Kennzeichnung sei aber nicht vorgenommen worden.

III. Der Chefredakteur teilt mit, dass die Berichterstattung auf eine außergewöhnliche Aktion der Werbegemeinschaft der Stadt abziele, die zum ersten Mal überhaupt stattgefunden und dabei eine hohe Aufmerksamkeit erzielt habe. Allein in der Innenstadt seien im Veranstaltungszeitraum vom 14. September bis 20. Oktober 2024 mehr als 70.000 zusätzliche Besucher gezählt worden. Nicht mitgerechnet seien dabei die zusätzlichen Besucher an den anderen Standorten.

Die Resonanz ihrer Abonentinnen und Abonnenten sei entsprechend – Dinos zögen offenkundig nicht nur Kinder an. Die Rubrik sei in der Leserschaft äußerst gut angekommen, wie das vielfach positive Echo unterstreiche. Ihnen sei berichtet worden, dass die Artikel täglich für Kinder und Enkel ausgeschnitten wurden - ein wesentlicher Beitrag zur Leser-Blatt-Bindung bei gleichzeitiger Heranführung der Kinder an das Printprodukt. Zugleich sei man mit der zeitlich befristeten Rubrik, die ähnlich einem Lexikon-Eintrag gestaltet gewesen sei, dem Bildungsauftrag und dem Informationsbedürfnis der Leserinnen und Leser nachgekommen. Der „Dino des Tages“ beschreibe das Tier, das am jeweiligen Standort im öffentlichen Raum zu sehen sei. Zugleich habe man darüber informiert, wo die Attraktionen zu finden seien.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Mehrheit der Mitglieder ist der Ansicht, dass die Beiträge in der Rubrik ‚Dino des Tages‘ nicht die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 Pressekodex überschreiten, sondern vielmehr aufgrund ihres Berichterstattungsgegenstandes durch ein begründetes öffentliches Interesse gedeckt sind.

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 mit 4 Ja-Stimmen und 1 Nein-Stimme bei 1 Enthaltung.

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.

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 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

