

Reisebericht

Agentur verbreitet eine Darstellung der Ferieninsel Mallorca

Eine Nachrichtenagentur berichtet unter der Überschrift „Leere Hotels entflammen Mallorcas Liebe zu deutschen Kegelbrüdern neu“ über einen Kurswechsel auf der spanischen Ferieninsel und die Aktivitäten eines deutschen Reiseveranstalters, der seit 30 Jahren Clubreisen organisiert und auf Mallorca als Pionier gelte. Das Unternehmen verschaffe jedes Jahr 200.000 Männern und Frauen aus Kegelclubs und Fußballvereinen, vom westfälischen Hausfrauenzirkel bis zur bayerischen Schafkopf-Runde Spaß unter südlicher Sonne, den meisten von ihnen auf Mallorca. In dem Bericht wird der Geschäftsführer des Touristik-Unternehmens mehrfach zitiert. Im nächsten Jahr wolle die Firma auch sechs gut besetzte Flugzeuge pro Woche nach Bulgarien schicken. Doch dank der Vielseitigkeit Mallorcas werde das preiswertere und tolerantere Bulgarien „Malle“ so schnell nicht ablösen könne, schränkt der Firmensprecher seine Prognosen in dem Agenturbericht ein. Ein Zeitungsleser, der den Agenturbericht in seiner Heimatpresse entdeckt, sieht in der Darstellung Schleichwerbung und legt Beschwerde beim Deutschen Presserat ein. Der Chefredakteur der Nachrichtenagentur erklärt, sein Artikel sei von der Regionalzeitung erheblich gekürzt worden. Die Agentur sei in ihrer Berichterstattung nach journalistischen Grundsätzen verfahren, habe verschiedene Quellen hinzugezogen und genannt. Sie selbst habe keinen Einfluss darauf, wie die Kunden ihre Seiten gestalten und Texte der Agentur ins Blatt stellen. (2003)

Der Beschwerdeausschuss weist die Beschwerde als unbegründet zurück, da seiner Meinung nach eine Verletzung von Ziffer 7 des Pressekodex hier nicht vorliegt. Die Agentur hat eine zulässige Darstellung der Ferieninsel Mallorca verbreitet. Die pure Erwähnung des deutschen Reiseveranstalters hält das Gremium nicht für werbend. Im Zusammenhang mit den spezifischen Problemen Mallorcas ist es durchaus möglich, auch Reiseunternehmer zu ihren Erfahrungen mit ihren Reisen auf die Insel zu befragen. Insofern ist die Erwähnung des Unternehmens und die Veröffentlichung der Sichtweise der Geschäftsführung im Hinblick auf die Reisen nach Mallorca nicht schleichwerbend, sondern von öffentlichem Interesse. Der Trennungsgrundsatz wurde daher nicht verletzt. (B1-201/03)

(Siehe auch „Werbung für einen Reiseveranstalter“ B1-200/03)

Aktenzeichen:B1-201/03

Veröffentlicht am: 01.01.2003

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

Entscheidung: unbegründet