

Redaktionelles und Werbung nicht vermischt

Berichterstattung war durch ein öffentliches Interesse gedeckt

In der Onlineversion einer überregionalen Tageszeitung erscheint ein Beitrag unter der Überschrift „Ist das da ein Boot auf ihrem Rücken?“ Der Autor berichtet über eine kombinierte Wander-/Boottour mithilfe von sogenannten Packrafts. Das sind aufblasbare Gummiboote, die leicht zu transportieren sind. Im Beitrag kommt ein Vertreter einer deutschen Packraft-Marke zu Wort. In einem Infokasten am Ende des Beitrages verlinkt die Redaktion auf diese Marke. Auf einem Blog der Firma erscheint ein Interview des Autors des Zeitungsbeitrages mit dem Mitbegründer des Unternehmens. Der Autor wird dabei als Mitarbeiter der Zeitung genannt. Ein Leser der Zeitung sieht in dem redaktionellen Beitrag eine Vermischung von redaktionellen und werblichen Inhalten nach Ziffer 7 des Pressekodex. Im Rahmen der Vorprüfung wurde die Beschwerde auf Ziffer 6 (Trennung von Tätigkeiten) des Pressekodex erweitert. Die Rechtsabteilung der Zeitung sieht in der Veröffentlichung keine Kodexverletzung. Sie teilt mit, das angebliche Interview sei auf ein Missverständnis zurückzuführen. Der Mitarbeiter der Redaktion habe an die Packraft-Firma für eine Recherche 16 Fragen übermittelt, die dort als Interview-Wunsch missverstanden worden seien. Auch könne von einer Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Kodex keine Rede sein. An der Berichterstattung bestehe ein begründetes öffentliches Interesse. Gerade während der corona-Pandemie sei das öffentliche Interesse an sportlichen Freizeitaktivitäten in der Natur enorm gewachsen. Zudem gehöre es zum Service-Gedanken eines Artikels im Reise-ressort, dass auf konkrete Produkte hingewiesen werde. Schließlich weist die Rechtsabteilung darauf hin, dass im Beitrag zwei Hersteller von Packrafts genannt würden.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung presseethischer Grundsätze. Die Beschwerde ist unbegründet. Im Hinblick auf die Ziffer 6 des Kodex kann die Zeitung überzeugend darlegen, dass es sich bei der Veröffentlichung des „Interviewes“ auf dem Blog des Packraft-Herstellers um ein Missverständnis gehandelt habe und der Autor der Zeitung nicht im PR-Bereich tätig ist. Eine Verquickung von Tätigkeiten liegt daher nicht vor. Auch einen Verstoß gegen Ziffer 7, Richtlinie 7.2, kann der Ausschuss nicht feststellen. Im Beitrag wird auf sachliche Weise ohne werbliche Formulierungen über das Thema „Packrafts“ berichtet. Die Auswahl der vorgestellten Boote sowie die Verlinkung zu bestimmten Unternehmen sind nicht zu beanstanden, da sie durch ein öffentliches Interesse gedeckt sind. Die Grenze zur Schleichwerbung ist nicht überschritten worden.

Veröffentlicht am: 01.01.2021

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Tätigkeiten (6); Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: unbegründet