

28 Fotos über neue Discounter-Filiale veröffentlicht
Lokalzeitung überschreitet mit Online-Bildstrecke eindeutig Grenze zur Schleichwerbung

Entscheidung: öffentliche Rüge
Ziffer: 7

Eine Lokalzeitung berichtet zweimal über eine neue Discounter-Filiale. Online wird einer der Artikel mit 28 Fotos bebildert. Der Beschwerdeführer sieht in den Beiträgen Schleichwerbung. Die Berichterstattung sei überschwänglich und überdimensioniert. Der Chefredakteur führt aus, es gebe offensichtlich einen großen Bedarf an Informationen über das Angebots-Spektrum des Discounters, der einen Schwerpunkt im Niedrigpreis-Sektor habe. Die redaktionelle Ankündigung der neuen Filiale sei online 9.099 Mal aufgerufen worden, obwohl sie jenseits der Bezahl-Schranke positioniert gewesen sei. Wegen dieser ungewöhnlich hohen Zahl habe die Lokalredaktion beschlossen, die Filial-Eröffnung redaktionell zu begleiten. Dieser ebenfalls kostenpflichtige Artikel sei fast 16.000 Mal aufgerufen worden, bei einer Druckauflage von etwa 13.500 Exemplaren. Die Bildstrecke von 28 Fotos ohne Untertitel, ohne Einordnung oder Bewertung sei innerhalb weniger Tage 21.391 Mal aufgerufen worden. Diese Zahlen belegten ein sehr großes öffentliches Interesse und rechtfertigten somit die Berichterstattung. Der Beschwerdeausschuss beschließt einstimmig eine öffentliche Rüge wegen einer Verletzung der in Pressekodex-Ziffer 7 geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Über eine Geschäftseröffnung kann zwar grundsätzlich berichtet werden, da ein neues Angebot in der Region zumindest für einen Teil der Leserschaft von Interesse ist. Aber durch die 28 Fotos, auf denen zu einem großen Teil ausschließlich Regale mit angebotenen Produkten zu sehen sind, wird hier die Grenze zur Schleichwerbung eindeutig überschritten. Eine solche Präsentation der Angebotspalette des neuen Schnäppchenmarktes ist nicht mehr durch ein öffentliches Interesse gedeckt.