

## Ansehen der Medien

### Geschäftsführer eines Zeitungsverlags droht einer Sparkasse

Ein Vorstandsmitglied einer Sparkasse und der Geschäftsführer einer Lokalzeitung verhandeln im Beisein des Bürgermeisters als Moderator über die Beteiligung von mehreren Verlagen an einem Internet-Projekt der Sparkasse. Der Vertreter des Verlages fordert eine 50% Beteiligung der Verleger und äußert die Erwartung, dass sich die Sparkasse als regional orientiertes Unternehmen auch seiner regional orientierten Zeitung geschäftlich zuwende. Er würde es als einen Affront betrachten, wenn die Sparkasse nicht exklusiv Anzeigen in seiner Zeitung schalte, sondern dies auch in einem konkurrierenden Anzeigenblatt tun würde. Sollte die Sparkasse seinem Wunsch nicht folgen, würde er im redaktionellen Teil seiner Zeitung „kräftig auf die Sparkasse draufhauen“ und sie „fertig machen“. Der Vorstand der so attackierten Sparkasse reicht daraufhin Beschwerde beim Deutschen Presserat ein. Er ist der Ansicht, dass Drohungen und Verhaltensweisen der beschriebenen Art nicht Bestandteil des Geschäftsgebarens eines Verlagsunternehmens sein können. Der Presserat möge darauf hinwirken, dass es nicht zu einer Umsetzung der von dem Verlagsgeschäftsführer angekündigten Maßnahmen komme. Die Geschäftsführung der Zeitung sieht in der Beschwerde einen ziemlich „dreisten“ Versuch, als Anzeigenkunde Einfluss auf die verlagsinternen Aktivitäten zu nehmen und die Zeitung zu einer redaktionellen Beteiligung an dem Internet-Projekt der Sparkasse zu zwingen. Mittlerweile sei die Beteiligung an dem Internetauftritt der Sparkasse auch nicht mehr interessant, da man im Verband mit anderen Tageszeitungen ein eigenes Internetprojekt begonnen habe. Abschließend weist die Geschäftsführung darauf hin, dass sämtliche Anzeigenaufträge der Sparkasse storniert worden seien, seitdem der Verlag seine Internet-Beteiligung abgesagt habe. (2000)

Der Presserat geht bei seiner Entscheidung davon aus, dass die Wiedergabe der Konsequenzen, die der Verlagsvertreter angedroht hat („kräftig auf die Sparkasse draufhauen“ und „fertig machen“) durch den Beschwerdeführer korrekt sind. Sie werden von der Zeitung in ihrer Stellungnahme jedenfalls nicht bestritten. Das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien geraten nach Ansicht des Presserats in Gefahr, wenn der Geschäftsführer eines Zeitungsverlages derartige – einer Drohung gleichkommende – Formulierungen gebraucht. Denn es könnte der Eindruck entstehen, dass die Redaktion nicht unabhängig berichtet, sondern von geschäftlichen Interessen gesteuert wird. Der Presserat sieht im vorliegenden Fall Ziffer 6 des Pressekodex verletzt und spricht gegen die Zeitung eine Missbilligung aus. (B 231/00)

(Siehe auch „Foto falsch interpretiert“ B 10/01)

**Aktenzeichen:**B 231/00

**Veröffentlicht am:** 01.01.2000

**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Tätigkeiten (6);

**Entscheidung:** Missbilligung