

## Reise-Finanzierung nicht mitgeteilt

### Zeitung verschafft einem Luxus-Hotel einen Wettbewerbsvorteil

In einer Regionalzeitung erscheinen zwei Beiträge unter den Überschriften „Den Watzmann immer im Blick“ und „Abenteuer ohne Eisbär“. Der erste Beitrag hat den Urlaubsort Berchtesgaden zum Thema, wobei mehrfach auf ein namentlich genanntes Luxushotel hingewiesen wird. Dessen Direktor und einige Mitarbeiter des Hauses kommen zu Wort. Der zweite Artikel informiert über eine Schifffahrt entlang der Westküste Spitzbergens. Im Text wird der Name des Schiffes genannt, das unter Denkmalschutz stehe und das Flair von Nordatlantik-Kreuzfahrten in den fünfziger Jahren weitgehend authentisch vermittele. Eine Leserin der Zeitung sieht in den Veröffentlichungen Werbung für das Hotel und den Anbieter der Schiffsreise. Sie vermutet, dass die Autoren auf Einladung der Anbieter Hotel und Schiff getestet hätten. In den Beiträgen werde dies jedoch nicht mitgeteilt. Die Beschwerdeführerin berichtet, dass sie von der Zeitung erfahren habe, dass der Zeitung bestimmte Seiten bzw. Beiträge von einem Redaktionsnetzwerk zugeliefert würden. Diese zugelieferten Seiten bzw. Beiträge könnten nicht mehr von der Redaktion korrigiert werden. Die Leserin schlägt dem Presserat vor, den Pressekodex dahingehend zu ergänzen, dass solche zugelieferten Seiten künftig als solche gekennzeichnet werden. Der Chefredakteur der Regionalzeitung bestätigt, dass seit einigen Jahren die Reiseseite von einem Redaktionsnetzwerk produziert und zugeliefert werde. Die journalistischen Rahmenbedingungen und Grundsätze hätten sich dadurch aber nicht geändert. Viele Beiträge seien nach Einladungen von Tourismus-Verbänden und Veranstaltern entstanden. Die Redaktion entscheide unabhängig, welche Reisen Material für redaktionelle Inhalte hergeben und welche nicht. Werbliche Aussagen seien ausdrücklich nicht erwünscht. Subjektive Urteile über Angebote stünden den Kollegen aber zu. Um solche handele es sich nach seiner Meinung bei den von der Beschwerdeführerin angeführten Textstellen. Die Zeitung könne – hier irre die Beschwerdeführerin – vor der Veröffentlichung auf die Seiten zugreifen und auch eigenständig Korrekturen vornehmen. In der Regel übernehme man die Beiträge jedoch komplett.

Die Zeitung hat die Ziffern 7 (Trennungsgebot) und 15 (Vergünstigungen) des Pressekodex verletzt, weshalb der Beschwerdeausschuss eine Missbilligung ausspricht. Die Hervorhebung eines bestimmten Hotels überschreitet die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 deutlich. Es kann presseethisch durchaus vertretbar sein, über Berchtesgaden und die Region rund um den Watzmann zu berichten. Im konkreten Fall geht die Fokussierung auf das Hotel aber zu weit. Dadurch erhält dieses einen

eindeutigen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern. Die Zeitung hat zudem Ziffer 15 des Pressekodex (Vergünstigungen) verletzt. Dort ist im letzten Satz festgehalten, dass Journalisten, wenn sie über Pressereisen berichten, zu denen sie eingeladen wurden, deren Finanzierung deutlich machen. Diesem Grundsatz ist die Redaktion nicht gefolgt. Der Autor war auf Einladung des Hotels vor Ort, hat dies aber den Lesern nicht mitgeteilt. Den Artikel „Abenteuer ohne Eisbär“ kritisiert der Beschwerdeausschuss nicht. Auf sachliche Weise wird darin eine Reise mit einem Schiff beschrieben, das aufgrund des bestehenden Denkmalschutzes ein Alleinstellungsmerkmal besitzt. Der Ausschuss weiß wegen fehlender Angaben der Redaktion nicht, ob die Reise auf Einladung zustande gekommen ist. Wenn es so war, wäre die Zeitung zu einer entsprechenden Information an die Leser verpflichtet gewesen. (1119/16/3)

**Aktenzeichen:**1119/16/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2017

**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7); Vergünstigungen (15);

**Entscheidung:** Missbilligung