

Geschäftseröffnung: Trennungsgebot missachtet

Werbende Angaben sind nicht durch ein öffentliches Interesse gedeckt

Eine Regionalzeitung veröffentlicht einen Artikel unter der Überschrift „Hannover: Kind freut sich über neues Geschäft“. Im Bericht geht es um die Feier aus Anlass der Wiedereröffnung eines Geschäfts von Hannover 96-Chef Martin Kind und seinem Sohn Alexander. Der Laden war umgebaut und neugestaltet worden. Angeboten werden nun unter einem Dach Brillen und Hörgeräte. Ein Leser der Zeitung sieht in dem Beitrag eine Anzeige, die nicht als solche gekennzeichnet ist. Der Chefredakteur der Zeitung bezeichnet die Veröffentlichung als einen redaktionellen Beitrag. Die Redaktion habe über die Eröffnung des neuen Ladens eines bekannten hannoverschen Unternehmens berichtet. An der Veranstaltung hätten zahlreiche prominente Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Sport teilgenommen, unter anderem Hannovers Oberbürgermeister und der Regionalpräsident. Daher könne man durchaus von einem bedeutenden gesellschaftlichen Ereignis sprechen. Der Chefredakteur betont abschließend, dass die Verbindung von Martin Kind zu dem Verlag, in dem die Zeitung erscheint, von kritischer Distanz geprägt sei.

Der Beschwerdeausschuss sieht Ziffer 7 des Pressekodex verletzt. Darin wird die strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten gefordert. Das Gremium spricht einen Hinweis aus. Der Beitrag überschreitet die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Kodex. Zwar handelt es sich bei der Wiederöffnung des Kind-Geschäftes um ein gesellschaftliches Ereignis, über das grundsätzlich berichtet werden kann. Durch einzelne Passagen (unter anderem Hinweise auf bestimmte Brillenanbieter und die Erwähnung des Eröffnungsangebotes mit Preisangabe) wird jedoch der Boden einer sachlichen Berichterstattung verlassen. Diese Angaben sind nicht mehr durch ein öffentliches Interesse gedeckt.

Aktenzeichen: 1075/18/3

Veröffentlicht am: 01.01.2019

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

Entscheidung: Hinweis