

## Redaktion hätte nachhaken müssen

### Aussage eines Bäckereiketten-Geschäftsführers kritiklos übernommen

Eine Regionalzeitung veröffentlicht gedruckt und online einen Beitrag unter der Überschrift „Evertzberg entwickelt neue Snacks“. In dem Artikel, in dem es um eine Remscheider Bäckerei-Kette geht, wird ein Zitat des Geschäftsführers des Unternehmens wiedergegeben. Danach ist der Betrieb die einzige Bäckerei in Deutschland, die ohne Zusatzstoffe arbeite. Ein Leser der Zeitung hält die Darstellung des Geschäftsführers für falsch. Nach seiner Kenntnis gebe es mindestens noch einen weiteren Betrieb, der auf Zusatzstoffe verzichte. Dies habe er der Redaktion mehrfach mitgeteilt und sie vergeblich um Richtigstellung gebeten. Der Chef vom Dienst der Zeitung teilt mit, dass der Autor der Veröffentlichung die Aussage des Geschäftsführers der Bäckereikette Evertzberg zitiert und dabei klar auf die Herkunft des Zitats verwiesen habe. Die Aussage sei in Gegenwart eines Experten, des durch die ZDF-Reihe „Die Tricks der Lebensmittelindustrie“ bekannt gewordenen Sebastian Lege, gefallen. Dieser habe offenbar keinen Einwand gegen die Aussage gehabt. Auch von der Bäckerei-Innung oder anderen Institutionen habe es bis heute – immerhin drei Monate nach Erscheinen des Berichts – keinen Widerspruch gegeben. Der Beschwerdeausschuss erweitert die Beschwerde um eine mögliche Schleichwerbung nach Ziffer 7 des Pressekodex.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 2 des Kodex festgehaltenen journalistischen Sorgfaltspflicht. Er spricht einen Hinweis aus. Die Redaktion hätte die Aussage des Geschäftsführers, sein Betrieb sei die einzige Bäckerei in Deutschland, die ohne Zusatzstoffe arbeite, kritisch hinterfragen und einordnen müssen. Auf den ersten Blick hätten Zweifel an der Richtigkeit der Aussage entstehen müssen. Der Rechercheaufwand wäre so gering gewesen, dass er von einer Redaktion im Hinblick auf die journalistische Sorgfaltspflicht erwartet werden kann. Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex erkennt der Beschwerdeausschuss nicht. Er sieht ein öffentliches Interesse an einer Information der Leser über die Aktivitäten der Bäckerei-Kette. Die Grenze zur Schleichwerbung ist nicht überschritten worden.

**Aktenzeichen:**0365/20/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2020

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2);

**Entscheidung:** Hinweis