

Leser hätten informiert werden müssen

Journalist ist auch als Leiter einer PR-Agentur tätig

Ein Nachrichtenmagazin veröffentlicht online einen Beitrag unter der Überschrift „Erst Rucksack, dann Kajak, dann Abenteuer“. In dem Beitrag wird ein Boot vorgestellt, das sich leicht transportieren und einsatzfähig machen lässt. Es wird sehr positiv beschrieben. Das Magazin veröffentlicht später – ebenfalls online – einen Beitrag unter der Überschrift „Und nachts heulen die Wölfe“. In diesem wird eine Bikepacking-Tour des Autors mit einem Freund durch die Karpaten beschrieben. Ein Leser des Magazins teilt mit, dass der Autor des ersten Beitrages Mitinhaber einer PR-Agentur sei, die sich auf Outdoorprodukte spezialisiert habe. Der Artikel sei werblich und verletze den Trennungsgrundsatz. Der Beschwerdeführer erweitert seine Kritik auf den zweiten Beitrag. Er weist darauf hin, dass der Autor des ersten Beitrages auch diesen Artikel geschrieben habe. Die Veröffentlichung sei nicht als Werbung gekennzeichnet und verletze mehrere presseethische Grundsätze. Als Werbeagentur werbe der Autor mit jeder platzierten Marke immer auch für die eigene Dienstleistung. Die Rechtsvertretung des Magazins teilt mit, dass die Veröffentlichungen nicht von dritter Seite bezahlt worden seien. Der Berichterstattung über populäre Produkte und Trends sei eigen, dass auch Anbieter und Preise genannt würden. Das folge einem begründeten Informationsinteresse der Leserschaft. Zum Vorwurf eines Verstoßes gegen die Trennung von Tätigkeiten nach Ziffer 6 des Presskodex stellt die Rechtsvertretung fest, dass die allgemeine Kombination aus Agentur- und freier journalistischer Arbeit im Reisejournalismus gängig und für sich kein Verstoß gegen die Vorgaben des Pressekodex sei. Dabei dürften die Bereiche selbstverständlich nicht verquickt werden.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Veröffentlichungen eine Verletzung der in Ziffer 6 des Pressekodex festgehaltenen Trennung von Tätigkeiten. Er spricht einen Hinweis aus. In beiden Fällen wäre es notwendig gewesen, die Nutzer über die PR-Tätigkeit des Autors zu informieren. In Richtlinie 6.1 des Kodex ist festgehalten, dass, wenn ein Journalist neben seiner publizistischen Tätigkeit eine Funktion in einem Wirtschaftsunternehmen ausübt – als solches ist eine PR-Agentur zu bewerten – auf eine strikte Trennung dieser Funktionen geachtet werden muss. Eine solche strikte Trennung ist bereits dann erforderlich, wenn allein der Verdacht entstehen könnte, dass möglicherweise eine Interessenverquickung vorliegen könnte. Aus Transparenz-Gründen wäre ein Hinweis auf die nicht-journalistische, kommerzielle Tätigkeit des Autors angebracht gewesen.

Aktenzeichen:0706/20/3

Veröffentlicht am: 01.01.2021

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

Entscheidung: Hinweis