

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 0070/24/3-BA**

**Beschwerdeführer:**

**Beschwerdegegner:**

**Ergebnis:** **Beschwerde begründet, Hinweis, Ziffer 7**

**Datum des Beschlusses:** **12.06.2024**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Die Tageszeitung veröffentlicht am 14.01.2024 online einen Beitrag unter dem Titel „Neubau-Wohnungen in Bochum frei: Der Luxus hat seinen Preis“. Der Artikel informiert über ein Neubauprojekt, welches ausführlich mit Angaben zu Wohnungsgrößen, Ausstattung und Preisen vorgestellt wird. Am Ende erfolgt ein Hinweis auf die Telefonnummer und die E-Mail-Adresse des Maklers, der das Projekt vermarktet.

II. Der Beschwerdeführer ist der Auffassung, dass es sich bei der Veröffentlichung möglicherweise um Schleichwerbung handelt.

III. Die Rechtsabteilung sieht keine Verletzung der Ziffer 7 des Pressekodex. Zunächst benenne die Berichterstattung nicht etwa ein Unternehmen, sondern drei Brüder, die das Neubau-Projekt gemeinsam betrieben mit dem Ziel, dadurch ihre Altersvorsorge abzusichern. Dies werde im Artikel sogar ausdrücklich erläutert. Eine vom Beschwerdeführer angeführte und nicht näher bezeichnete Kölner GmbH tauche an keiner Stelle auf und sei von dem verfassenden Redakteur auch nicht thematisiert worden.

An einer Berichterstattung über das Neubau-Projekt bestehe ein begründetes öffentliches Interesse. Die Entwicklung und der Wandel der Nachbarschaft in dem Bochumer Stadtteil Stiepel sei nicht nur für die Anwohner von großer Bedeutung und werde mit Interesse verfolgt. Dass dort immer mehr historische Gebäude und damit ein Teil der Dorfgeschichte

weichen müssten, um modernen Gebäuden Platz zu machen, sei seit Jahren ein präsent und kontrovers diskutiertes Thema, das auch von der Lokalredaktion in Bochum regelmäßig aufgegriffen werde. Die Bedeutung der schwindenden historischen Gebäude werde auch in den Artikeln jeweils hervorgehoben.

Die Besonderheit des in dem Beitrag behandelten Neubauprojekts sei, dass dieses im Gegensatz zu vielen anderen modernen Neubauten in Stiepel sowohl von der Stadt Bochum als auch vom neutralen Gestaltungsbeirat in der Architektur sehr positiv bewertet worden sei. In der Berichterstattung werde die durchaus kritikwürdige Tatsache, dass für den Neubau ein Stück Dorfgeschichte weichen müsse, nicht verheimlicht.

Die Veröffentlichung sei weder bezahlt noch durch andere geldwerte Vorteile belohnt worden. Es sei dem verfassenden Redakteur der Lokalredaktion vielmehr ein Anliegen, über neuen und dringend benötigten Wohnraum, der in bester Wohnlage der Stadt geschaffen werde, zu berichten. Die in dem Beitrag vermittelten Informationen könnten für viele Leser bzw. User dienlich sein, die sich über den Wohnungsmarkt und die städtebauliche Entwicklung in Bochum informieren wollten.

### **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Mitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass das Thema der Berichterstattung zwar im lokal-regionalen Bereich von öffentlichem Interesse ist und daher grundsätzlich darüber berichtet werden kann. Im konkreten Fall wird jedoch mit der Angabe der Kontaktdaten des Maklers die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 Pressekodex überschritten.

### **C. Ergebnis**

Aufgrund des Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Pressekodex erteilt der Beschwerdeausschuss der Redaktion gemäß § 12 Beschwerdeordnung einen Hinweis.

Die Entscheidungen über die Begründetheit der Beschwerde und die Wahl der Maßnahme ergehen jeweils einstimmig.

#### Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

#### Richtlinie 7.2 – Schleichwerbung

Redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, dürfen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Eine Überschreitung liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leser hinausgeht oder von dritter Seite bezahlt bzw. durch geldwerte Vorteile belohnt wird.

Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter

<https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>