

# TauBlog

Écrasez l'infâme!

## Kurz notiert: kress pro in den Schlagzeilen

André Tautenhahn · Friday, July 1st, 2016

**„Mein teurer Schollie“ heißt eine Geschichte, die erst in dieser Woche so richtig an Fahrt aufgenommen hat. Das Online-Portal [kress.de](#) zitierte aus einem Bericht der eigenen epaper-Ausgabe, die neuerdings *kress pro* heißt und bereits am 15. Juni erschienen ist. Darin ist von Honoraren die Rede, die ARD und ZDF angeblich an ihre Experten Mehmet Scholl und Oliver Kahn zahlen. Die beiden Ex-Fußballer wie auch die Sender wiesen den Online-Bericht aufs Schärfste zurück.**

Oliver Kahn äußerte sich [via Facebook](#) dazu und bezeichnete die Darstellung von *kress.de* als „eklatante Falschmeldung, die jeglicher Grundlage entbehrt“. Rechtliche Schritte behalte er sich vor. Darauf antwortete nun wieder der *kress.de*-Chefredakteur.

### **kress.de-Chefredakteur Bülend Ürük: Harsche Reaktionen ersetzen noch keine sauberen Klarstellungen**

Wenn es eng wird, ist Angriff oft die beste Verteidigung. Zumindest für eine kurze Zeit, bis der Dampf sich verzogen hat. Das ist die gut trainierte Methode von ARD, ZDF und den Profi-Verdienern, die vom Rasen auf die Moderatorenbank gewechselt sind. Ein Kommentar von *kress.de*-Chefredakteur Bülend Ürük. Wenn die Zahlen von meinen Kollegen Markus Wiegand und Robin Rittinghaus von „*kress pro*“ zu den Moderationsverträgen, die auf mehreren Quellen beruhen, nicht stimmen sollten, gibt es eine ganz einfache Maßnahme, um Klarheit zu schaffen: die Honorarvereinbarungen der Öffentlichkeit zugänglich machen. Diese Praxis kennen die Ex-Fußballprofis ja aus ihrer aktiven Zeit.

Quelle: [kress.de](#)

Es kann natürlich auch sein, dass das neue Magazin *kress pro*, das es erst seit April monatlich gibt, noch nicht so gut läuft und sich die Macher gedacht haben, eine Top Story zur Fußball EM könnte helfen, die Aufmerksamkeit zu steigern. Und da die Geschichte im Magazin oder das Magazin als Ganzes offenbar niemanden zu interessieren scheint, legte die *kress.de* Redaktion noch einmal mit einer Cross-Promotion-Aktion nach. Das nahmen dann auch die Protagonisten wie auch andere Medien wahr und der neue Produktnamen *kress pro* taucht breit in den Schlagzeilen auf.

---

Bild: pixabay

This entry was posted on Friday, July 1st, 2016 at 11:00 pm and is filed under [Kurz notiert](#), [Medienkritik](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.