

## **Produkterwähnung nur bei Alleinstellungsmerkmal erlaubt**

### **Zeitschrift stellt Tabakerhitzer nur eines Konzerns vor und begeht damit Schleichwerbung**

„Endlich weniger rauchen“: Unter diesem Titel erscheint in einer Fernsehzeitschrift ein Artikel über Alternativen zu herkömmlichen Zigaretten. Zu Wort kommt dabei ein Manager eines internationalen Tabakkonzerns. Er erläutert die Funktionsweise von Tabakerhitzern. Ergänzt wird der Artikel durch einen Kasten, in dem Alternativen zum herkömmlichen Rauchen vorgestellt werden: ein Tabakerhitzer des Konzerns, eine E-Zigarette mit Verdampfer, eine E-Zigarette als Einwegprodukt sowie Kautabak. - Der Beschwerdeführer sieht in der Veröffentlichung Schleichwerbung für den Konzern. Er vermutet eine Kooperation der Zeitschrift mit dem Unternehmen, da regelmäßig dessen „Informationsanzeigen“ oder „eigene“ redaktionelle Artikel zum Thema Rauchen veröffentlicht würden, in denen Inhalte aus einer Informationskampagne des Unternehmens unkritisch übernommen würden. - Die Zeitschrift sieht keinen werblichen Vorteil für den Konzern, da in gleichem Umfang auch andere Alternativen zur Zigarette vorgestellt würden. Diese herstellerübergreifende Präsentation verschiedener Ersatzprodukte stelle die Vor- und Nachteile der jeweiligen Alternative heraus, ohne dass darin ein unzulässiger werblicher Überschuss enthalten sei. Auch die von solchen Geräten ausgehenden Gefahren würden angesprochen. - Der Beschwerdeausschuss spricht einstimmig eine öffentliche Rüge aus, denn der Artikel verletzt die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von Redaktion und Werbung. Zwar ist nicht zu beanstanden, dass die Redaktion einen Konzernmitarbeiter die Funktionsweise von Tabakerhitzern erläutern lässt. Aber dass im ergänzenden Kasten allein ein Tabakerhitzer dieses Unternehmens erwähnt wird, überschreitet eindeutig die Grenze zur Schleichwerbung. Vertretbar wäre diese Nennung nur, wenn das Produkt ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen würde. Dies geht aus der Berichterstattung aber nicht hervor. Es gibt andere, ähnliche Produkte, so dass die Fokussierung auf das Angebot nur dieses Herstellers eindeutig Schleichwerbung darstellt.

**Aktenzeichen:**0537/23/3-BA

**Veröffentlicht am:** 01.01.2023

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

**Entscheidung:** öffentliche Rüge