

Loblied auf Zahnschienen

Zeitung trennt nicht ausreichend redaktionelle und werbliche Inhalte

Eine Großstadtzeitung berichtet online über einen namentlich genannten Hersteller von Zahnschienen für Erwachsene. Das Unternehmen wird positiv beschrieben. Seine Chefin kommt zu Wort. Die Redaktion verlinkt auch auf die Website der Firma. Ein Leser der Zeitung sieht in dem Artikel ein Loblied auf die Zahnschienen der Firma. Journalistische und werbliche Inhalte würden nicht eindeutig getrennt. Vermutlich handele es sich bei dem Beitrag um eine Anzeige, die nicht als solche gekennzeichnet sei. Die Rechtsabteilung der Zeitung spricht von einer redaktionellen Berichterstattung. Die Autorin weist darauf hin, dass sie über ein erfolgreiches Start-up-Unternehmen berichtet habe. Wegen des zweifelsfrei bestehenden Nachrichtenwertes sei das Thema es wert gewesen, aufgegriffen zu werden. Die Rechtsabteilung weist außerdem darauf hin, dass der Beitrag ein nach journalistischen Grundsätzen von der Redakteurin recherchiert und redaktionell aufbereiteter Artikel sei und daher keiner Kennzeichnungspflicht unterliege. Daran ändere auch nichts, dass im konkreten Fall die Firma der Redaktion Fotos zur Verfügung gestellt habe. Schließlich gebe es kein presseethisches Gebot, Artikel nur mit solchen Fotos zu illustrieren, die von eigenen Fotografen angefertigt worden seien.

Der Beschwerdeausschuss erkennt eine Verletzung der in Ziffer 7 festgeschriebenen klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Der Beitrag überschreitet deutlich die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2. Es ist aus presseethischer Sicht nicht zu beanstanden, wenn eine Redaktion im Rahmen einer Wirtschaftsberichterstattung über ein Unternehmen und seine Aktivitäten berichtet. Im konkreten Fall enthält die Veröffentlichung jedoch werbliche Aussagen. Das Gremium beanstandet auch Zitate der Geschäftsführerin. Diese kann – von der Redaktion unkommentiert – Werbeslogans verbreiten. Hinzukommt, dass die Redaktion PR-Fotos verwendet, die ihr von der Firma zur Verfügung gestellt wurden.

Aktenzeichen:0543/21/3

Veröffentlicht am: 01.01.2021

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

Entscheidung: Missbilligung