

Eine Schönheitscreme im Mittelpunkt

Zeitschrift lässt einen Mitarbeiter des Herstellers zu Wort kommen

In einer Fernsehzeitschrift erscheint ein Beitrag unter der Überschrift „10 Jahre jünger in 4 Wochen“. Thema des Artikels sind Anti-Aging-Produkte. Im Mittelpunkt steht dabei ein mit Namen genanntes und besonders herausgestelltes Präparat. Dessen maßgeblicher Bestandteil sind laut Artikel Extrakte der Hohowi-Pflanze. Die Zeitschrift zitiert einen Experten, der sich über die Creme positiv äußert. Ein Leser des Blattes sieht in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung für ein bestimmtes Produkt. Der Verlag lässt seine Stabsstelle Medienrecht antworten. Diese hält die Nennung des Produktnamens nicht für unethisch im Sinne des Pressekodex. Im Artikel gehe es vor allem um die Hohowi-Pflanze und ihre Wirkung auf die Haut, was vielen Lesern sicherlich nicht geläufig sei. Wenn diese Pflanze mit weiteren Substanzen kombiniert werde, ergebe sich daraus ein hochwirksames Präparat, das die Redaktion beim Namen nennen dürfe. Der Hinweis auf das Produkt sei dezent und ohne werbliche Stilmittel erfolgt. Weder die Redaktion noch der Verlag seien für die Nennung des Produktnamens entlohnt worden oder hätten einen sonstigen Vermögensvorteil erhalten.

Die Zeitschrift hat gegen Ziffer 7, Richtlinie 7.2, des Pressekodex (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten/Schleichwerbung) verstoßen. Der Beschwerdeausschuss spricht eine öffentliche Rüge aus. Für die Nennung des Produktnamens gibt es kein öffentliches Interesse. Durch die Nennung wird das Präparat ohne redaktionelle Notwendigkeit aus einer Palette ähnlicher Produkte hervorgehoben. Hinzu kommt, dass ein Experte – offensichtlich Mitarbeiter des Herstellers – die Creme lobend beschreibt. Die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 ist in diesem Fall deutlich überschritten worden. (0794/11/2)

Aktenzeichen:0794/11/2

Veröffentlicht am: 01.01.2011

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

Entscheidung: öffentliche Rüge