

Product Placement mit dem Mercedes-Stern

Kite-Surferin stellt fest: Ich war zum Tragen der Logos verpflichtet

Eine überregionale Tageszeitung berichtet online und gedruckt über Product Placement im Reiseformat „Wunderschön“ im Westdeutschen Rundfunk. Im vorliegenden Fall geht es um einen Bericht über die Profi-Kitesurferin Sonja Bunte. Auf der Brust der Sportlerin und auf ihrem Kite-Brett ist der Mercedes-Stern zu sehen. Als sich die Surferin umdreht, taucht der Mercedes-Stern erneut auf, diesmal auf ihrem Rücken. In der „Wunderschön“-Sendung wird die Surferin als „Teilnehmerin Kitesurf World Cup“ bezeichnet. Der Wettbewerb werde von einer bestimmten Hamburger Firma veranstaltet, die wiederum „strategische Beratung“ für die E-Auto-Vermietung „Mercedes Me – Explore Sylt“ leistet, deren Fahrzeug in der „Wunderschön“-Folge zu sehen ist. Beschwerdeführerin in diesem Fall ist die Surferin Sonja Bunte. Nach ihrer Auffassung werde sie persönlich und inhaltlich in einem falschen Zusammenhang dargestellt. Eine Zusammenarbeit mit den genannten Sponsoren existiere nicht. Hätte der Autor sich im Zuge seiner Recherche an sie gewendet, hätte sie die Möglichkeit gehabt, die tatsächlichen Hintergründe zu schildern. Bei dem sogenannten Lycra (ein Stoff aus Kunstfaser), auf dem Logos zu finden seien, handele es sich um ein Material, zu dessen Tragen sie als Teilnehmerin am World Cup verpflichtet gewesen sei. Es seien die Sponsoren der Veranstaltung abgebildet. Sie sei auch zu den Sponsoren-Aufklebern auf ihrem Surf-Brett verpflichtet gewesen. Der Autor sei über diese Hintergründe informiert worden. Die Rechtsabteilung der Zeitung leitet die Stellungnahme des Autors an den Presserat weiter. Der Verfasser trägt vor, im Vorfeld der Veröffentlichung habe er den WDR, die Produktionsfirma und die Firma Daimler um Stellungnahme gebeten. Damit sei der journalistischen Sorgfalt hinreichend Rechnung getragen worden.

Der Beschwerdeausschuss sieht keine Verletzung der in Ziffer 2 des Pressekodex definierten journalistischen Sorgfaltspflicht. Die Beschwerde ist unbegründet. Zwar ist der Wunsch der Beschwerdeführerin nachvollziehbar, ihre Sicht auf ihre Rolle beim berichteten Vorgang in der Berichterstattung wiederzufinden. Ihr war auch grundsätzlich die Möglichkeit zur Stellungnahme von Seiten der Zeitung einzuräumen. Der Presserat folgt jedoch den Ausführungen des Autors. Dieser konnte glaubhaft machen, dass er aus seiner Wahrnehmung den Beteiligten hinreichend Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt hatte. Er durfte sich darauf verlassen, dass die Produktionsfirma, soweit sie nicht für die Beschwerdeführerin sprechen konnte, an diese verweisen würde. Ein presseethisches Fehlverhalten der Zeitung ist daher nicht festzustellen.

Aktenzeichen:0982/20/1

Veröffentlicht am: 01.01.2020

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);

Entscheidung: unbegründet