

## „Der böse Schein“ der Schleichwerbung

### Zeitschrift nennt zur Auto-Lackpflege nur ein einziges Produkt

Eine Motor-Zeitschrift berichtet über die Lackpflege bei Autos. Ein Fachmann erläutert den Vorgang an einem konkreten Beispiel. Er verwendet dabei ausschließlich Produkte eines bestimmten Herstellers. Diese werden detailliert vorgestellt und auch mehrfach abgebildet. Der Beschwerdeführer im Fall BK1-135/09 sieht Schleichwerbung für die Produkte eines bestimmten Herstellers. Im Fall BK1-136/09 beklagt ein Leser, dass der Artikel nicht als Anzeige oder Werbung gekennzeichnet sei. Der Chefredakteur der Zeitschrift spricht von Betroffenheit, mit der er die Beschwerden zur Kenntnis genommen habe. Er räumt ein, dass bei Betrachtung des Artikels der „böse Schein“ eines werblichen Beitrages durchaus entstehen könne. Er weist auch darauf hin, dass es kaum möglich sei, einen vergleichenden Warentest an einzelnen Produkten durchzuführen, da alle Hersteller die einzelnen Produkte ihrer Sortimente aufeinander abstimmen. Da jedoch ein Bedürfnis der Leserschaft nach Information und Beratung über Pflegeprodukte bestehe, habe sich die Redaktion hier für einen Mittelweg entschieden: In lockerer Reihenfolge erschienen Artikel über Produkte der wichtigsten Hersteller. Hinzu kämen Gesamtdarstellungen des Pflegemarktes. Der Chefredakteur versichert, in künftigen Fällen der Beschreibung von Herstellersortimenten besonders genau darauf zu achten, dass der Eindruck einer Werbeabsicht nicht entstehen werde. (2009)

Die Zeitschrift hat gegen den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen. Der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Die Darstellung eines einzigen Produkts überscheitert die Grenze zwischen einer durch öffentliches Interesse gerechtfertigten Berichterstattung und Schleichwerbung. Der Presserat verkennt nicht, dass die Leser der Zeitschrift ein Interesse daran haben, welche Produkte zur Autopflege es gibt und wie sie eingesetzt werden können. Im konkreten Fall wird jedoch die Grenze zwischen einer objektiven und einer werbenden Darstellung überschritten. Die Produkte einer Firma werden mehrfach im Bild gezeigt, während von konkurrierenden Erzeugnissen nicht die Rede ist. Zudem würde mit Hinweisen wie „...sorgten für eine Offenbarung“ der Boden einer objektiven Berichterstattung verlassen. (BK1-135/09 und BK1-136/09)

**Aktenzeichen:** BK1-135/09 und

**Veröffentlicht am:** 01.01.2009

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

**Entscheidung:** Missbilligung