

Werbender Text im redaktionellen Umfeld

Chefredakteur: Keiner der Hersteller hat Geld gezahlt

Eine Zeitschrift veröffentlicht unter dem Titel "Erste Hilfe" ein Foto mit der Inhaltsbeschreibung eines Erste-Hilfe-Koffers. Die Produkte sind klar erkennbar und werden auch im Text mit Preisangabe beschrieben. Auf der Seite sind außerdem Hinweise auf ein bestimmtes Deo-Spray und ein Berliner Hotel zu finden. Der Beschwerdeführer ist der Auffassung, dass bei diesen Veröffentlichungen nicht klar zwischen redaktionellem Inhalt und werblichen Aussagen getrennt wurde. Er ruft den Deutschen Presserat an. Der Chefredakteur der Zeitschrift weist darauf hin, dass auf der kritisierten Seite Produkte verschiedener Hersteller vorgestellt würden. Sie alle hätten einen besonderen Bezug, nämlich die Fußball-WM in Deutschland. Man könne unterstellen, dass sich zu diesem Zeitpunkt besonders viele Menschen mit der WM beschäftigten. Insofern habe die Veröffentlichung ihre Berechtigung gehabt. Keiner der erwähnten Hersteller, so versichert der Chefredakteur, habe für die Veröffentlichung Geld gezahlt oder angeboten. Unter den gezeigten Produkten sei nur eines, für das sein Hersteller in der Zeitschrift Anzeigen schaltet. Ihn auf der Seite nicht zu berücksichtigen, wäre weder moralisch richtig noch journalistisch sinnvoll. (2006)

Der Presserat hält den Hinweis auf das Deo-Spray für einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung zwischen redaktionellem Inhalt und werblichen Aussagen. Der zum Spray gestellte Text enthält eindeutig werbende Aussagen. Damit wurde die Grenze zur Schleichwerbung nach Ziffer 7.2 überschritten. Nicht kritisiert wurden die übrigen Details der Seite. Bei den Produktvorstellungen wurde auf werbende Texte verzichtet. Die publizistische Idee steht im Vordergrund. Es liegt daher keine Schleichwerbung vor. Der Presserat spricht einen Hinweis aus. (BK1-137/06)

(Siehe auch "Auto-Leasing und Schleichwerbung" BK1-136/06 und "Beschwerdeführer vermisst das Wort 'Anzeige'" BK1-138/06)

Aktenzeichen: BK1-137/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: Hinweis