

Ferngläser über den grünen Klee gelobt

Grenzen der Schleichwerbung wurden eindeutig überschritten

Ein Jagdfachblatt berichtet über einen Optik-Hersteller. Unter der Überschrift "Legenden" sind vier Ferngläser der Firma sowie ihr Logo abgebildet. Das Thema zieht sich über vier Seiten hin. Dem Bericht beigelegt sind sehr positive Erfahrungsberichte von Nutzern der Gläser. Sie preisen die Robustheit der Produkte. Ein Leser des Blattes ist der Auffassung, dass die klare Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung missachtet wurde. Es widerspreche jeglicher kaufmännischen Erfahrung, dass Beiträge dieser Art ohne Mitwirkung und Gegenleistung der so gelobten Firma zustande kämen. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift teilt mit, der für das Blatt zuständige Geschäftsführer habe den Beschwerdeführer angerufen. Dieser sei sehr ungehalten darüber gewesen, dass der Chefredakteur des Blattes auf seine E-Mail-Beschwerde nicht reagiert habe. Der Leser habe außerdem einen intelligenteren Umgang mit Firmenporträts gefordert. Der Vermutung, es sei Geld geflossen, widerspricht der Geschäftsführer. Gleichwohl sichert er dem Beschwerdeführer zu, dass sich eine Berichterstattung in dieser Form nicht wiederholen werde. (2006)

Die Jagdzeitschrift hat gegen Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen, in der der Grundsatz der strikten Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung definiert ist. Der Presserat spricht deshalb eine Missbilligung aus. Unabhängig davon, ob für die Veröffentlichung Geld geflossen ist, liegt schon durch die mehrfache Verwendung des Logos ein Verstoß gegen das Verbot der Schleichwerbung vor (Richtlinie 7.2 des Pressekodex). Gegen ein Firmenporträt ist nichts einzuwenden. Grenzen werden jedoch überschritten, wenn im Text werbende Formulierungen auftauchen. Auch im Rahmen einer zulässigen Unternehmensberichterstattung geht es zu weit, wenn enthusiastische Produktbeschreibungen veröffentlicht werden. (BK1-67/06)

Aktenzeichen: BK1-67/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: Missbilligung