

## Werbeslogan im redaktionellen Umfeld

### Zeitung überschreitet Grenze zur Schleichwerbung in Gewinnspiel

Eine Regionalzeitung berichtet über ein von ihr veranstaltetes Gewinnspiel. Dabei wird zum Test des neuen Rasiersets einer bestimmten Firma aufgefordert. Die Zeitung weist auf den Werbeslogan des Unternehmens hin und verlost an die Teilnehmer, die die Gewinnfrage richtig beantworten, fünf Rasier-Sets. Ein Leser sieht die klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten nicht gegeben und ruft den Deutschen Presserat an. Er beklagt in seiner Beschwerde, dass ein Unternehmen und sein Produkt unkritisch hervorgehoben und gelobt worden seien. Die Chefredaktion der Zeitung teilt mit, der erste Satz der Aktionsankündigung sei durch den nachfolgenden als Versprechen des Rasierherstellers relativiert worden. Ähnliche Verlosungsaktionen seien in der Vergangenheit schon häufig und immer unbeanstandet veranstaltet worden. (2006)

Der Beschwerdeausschuss erkennt in dem Beitrag über das Gewinnspiel Schleichwerbung nach Ziffer 7, Richtlinie 7.2, des Pressekodex. Die Benutzung des Werbeslogans geht über das in einem Gewinnspiel übliche Maß hinaus. Es handelt sich um ein unbelegtes Werbeversprechen des Herstellers. Die Redaktion macht sich den Slogan zueigen. Damit ist die Grenze zur Schleichwerbung überschritten. Prinzipiell ist gegen Gewinnspiele nichts einzuwenden. Die Redaktion muss jedoch prüfen, ob möglicherweise werbende Aussagen in den entsprechenden Beitrag einfließen. Mit Werbeversprechen wie im vorliegenden Fall wird die Grenze zwischen dem Informationsinteresse der Leser und der Schleichwerbung überschritten. Der Presserat erteilt der Zeitung einen Hinweis. (BK2-244/06b)

**Aktenzeichen:** BK2-244/06b

**Veröffentlicht am:** 01.01.2006

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

**Entscheidung:** Hinweis