

Das “Schlachtfest” und die Schleichwerbung

Wurstfabrikant konnte seine Produktpalette unterbreiten

“Schlachtfest mit Schnauze” – so überschreibt eine Regionalzeitung eine Notiz. In ihr wird darauf hingewiesen, dass eine Gaststätte gemeinsam mit einem Wurstwarenhersteller zu einem Schlachtfest einlädt. Karten zum Preis von 19.50 Euro für die um 19 Uhr in einem Festzelt startende Veranstaltung gäbe es in der Gaststätte oder an der Abendkasse. Ein Leser hält diese Notiz für reine Werbung. Es handle sich um eine kommerzielle Veranstaltung, in deren Rahmen eine Gaststätte Produkte eines einzigen Fleisch- und Wurstwarenherstellers anbiete. Das Essen habe in einem geschlossenen Raum stattgefunden und die Gäste hätten Eintritt bezahlen müssen. Ein Informationsinteresse der Leser habe nicht vorgelegen. Der Beschwerdeführer sieht die Grenze zur Schleichwerbung überschritten und wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Chefredaktion spricht von einer sehr freien Interpretation des Beschwerdeführers, wonach die Gaststätte dem Wurstwarenhersteller diesen Abend angeboten habe. Dass nur Produkte eines einzigen Herstellers angeboten wurden, sei leicht damit zu erklären, dass es weit und breit nur diesen Wurstwarenproduzenten gebe. Die Firma habe erstmals einen neuen Vertriebsweg beschritten. Das sei eine Information wert gewesen. Die Nennung des Eintrittspreises – so bekennt die Chefredaktion – sei “grenzwertig”. (2006)

Die Zeitung hat gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Grundsatz der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Der Presserat spricht einen Hinweis aus. Nach seiner Auffassung konnte zwar über das Schlachtfest berichtet werden, da es ein gewisses Interesse der Leser an dieser Information gab. Es geht aber zu weit, dass der Geschäftsführer der Wurstfabrik in dem Beitrag zu Wort kam und das Produktangebot seiner Firma vorstellen konnte. Damit ist die Grenze zur Schleichwerbung überschritten. (BK2-47/06)

Aktenzeichen: BK2-47/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: Hinweis