

## Trennungsgrundsatz wird künftig beachtet

### Zeitschrift zieht nach Presserats-Beschwerde selbst die Konsequenzen

Mit Text und Fotos berichtet eine TV-Zeitschrift über ein neues Auto. Der Artikel ist überschrieben mit "Unterwegs mit einer Göttin". Als Testerin tritt eine Schauspielerin auf, die für den Wagen regelrecht schwärmt. Privat – so heißt es – fahre sie einen Wagen des gleichen Herstellers. Der Beschwerdeführer sieht keine klare Trennung zwischen Werbung und Redaktion. Für ihn, der den Deutschen Presserat anruft, ist die Grenze zur Schleichwerbung überschritten. Die Chefredaktion der Zeitschrift teilt mit, es handle sich nicht um eine bezahlte Veröffentlichung. Sie räumt jedoch ein, dass eine klare Trennung zwischen Redaktion und PR nicht zu erkennen sei. Die Chefredaktion habe den freien Autor, die Mantelredaktion und deren Textchef über die Beschwerde informiert, aufgeklärt und verpflichtet, künftig diese Art der Berichterstattung mit der nötigen journalistischen Distanz anzugehen oder gleich ganz zu unterlassen. (2006)

Die Zeitschrift hat mit ihrer Veröffentlichung "Unterwegs mit einer Göttin" gegen Ziffer 7 des Pressekodex in Verbindung mit Richtlinie 7.2 verstoßen. Der Presserat beurteilt den Beitrag als Schleichwerbung. Der Artikel geht weit über ein begründetes Informationsinteresse der Leser hinaus. Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß für so schwerwiegend, dass er eine Missbilligung ausspricht. Dabei ist berücksichtigt, dass die Redaktion selbstkritisch reagiert und bekundet hat, diese Art der Berichterstattung künftig mit der nötigen journalistischen Distanz zu betreiben oder sie ganz zu unterlassen. (BK1-164/06)

**Aktenzeichen:** BK1-164/06

**Veröffentlicht am:** 01.01.2006

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

**Entscheidung:** Missbilligung