

## **Zeitung empfiehlt bestimmten TV-Anbieter**

### **“Schenken Sie sich ein Abo von ...” verstößt gegen Pressekodex**

In einer Lebensart-Kolumne veröffentlicht eine Boulevardzeitung Hinweise auf ein Fußball-Abo bei einem bestimmten Pay-TV-Sender. Das Angebot von 14,90 Euro im Monat – so das Blatt – sei “billig”. “Schenken Sie sich ein TV-Abo von ...” schreibt das Blatt weiter. Der Beschwerdeführer, eine Blogger-Initiative, ist der Ansicht, dass die Veröffentlichung die Grenze zur Schleichwerbung überschreitet. Der Abo-Anbieter werde äußerst positiv und völlig unkritisch dargestellt. Der Text könnte ohne weiteres einer Werbebroschüre des Unternehmens entstammen. Er lasse jegliche journalistische Distanz vermissen. Der Beschwerdeführer wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Rechtsabteilung der Zeitung hält die Beschwerde für unbegründet. (2006)

Die Zeitung hat gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Gebot der strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Der Presserat spricht deshalb eine Missbilligung aus. Der Hinweis auf das detaillierte Angebot eines Bezahlsenders enthält werbliche Aussagen und überschreitet damit die Grenze zur Schleichwerbung. Der Satz “Schenken Sie sich ein TV-Abo von ...” ist eine deutliche Kaufaufforderung. Er hat im redaktionellen Teil nichts zu suchen. (BK1-217/06)

**Aktenzeichen:**BK1-217/06

**Veröffentlicht am:** 01.01.2006

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

**Entscheidung:** Missbilligung