

Werbung im redaktionellen Teil

Zeitschriftenredaktion hielt sich nicht an das strikte Trennungsgebot

“Kinder, das wird ein Sommer!” titelt eine TV-Zeitschrift. Im dazugehörigen Bericht wird über Aktivitäten einer Kosmetikfirma berichtet. “Mit dem Slogan ´Eincremen, fertig, los´ wirbt ... (eine Marke des Unternehmens) für verlässlichen Sofortschutz für die ganze Familie”, heißt es da. Und weiter: “...die das Bild von ... (die Marke wird erneut genannt) als Sonnenschutz für die ganze Familie abrunden”. Der Beschwerdeführer vermisst die klare Trennung zwischen PR und Redaktion. Vielmehr handle es sich um eine bezahlte Veröffentlichung, bei der die Grenze zur Schleichwerbung überschritten sei. Die Chefredaktion der Zeitschrift erwidert, diese würde seit Jahren unabhängig und einwandfrei über neue Kampagnen von Markenartiklern berichten. Leider seien dem Blatt im nunmehr kritisierten Fall Fehler unterlaufen, die zu Recht moniert würden. Mehrere Formulierungen im Text seien nicht in Ordnung. Die Chefredaktion hat nach eigenem Bekunden den betreffenden Redakteur sowie seine Kollegen und den Textchef informiert, aufgeklärt und verpflichtet, künftig mehr Sorgfalt zu üben. (2006)

Die TV-Zeitschrift hat gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Grundsatz der klaren Trennung von Werbung und Redaktion verstoßen. Die Grenze einer sachlichen und von öffentlichem Interesse gedeckten Berichterstattung wird dann überschritten, wenn sie etwa Formulierungen enthält, die einer Werbebroschüre des Herstellers entnommen sein könnten. Das war hier der Fall. Der präzise und namentliche Hinweis auf das Produkt geht nach Auffassung des Presserats deutlich über das begründete öffentliche Interesse der Leser hinaus. Die Redaktion hat den Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex im Übrigen selbst eingeräumt. Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß gegen den Pressekodex – Ziffer 7 in Verbindung mit Richtlinie 7.2 – für so schwerwiegend, dass er eine Rüge ausspricht. (BK2-167/06)

Aktenzeichen: BK2-167/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: öffentliche Rüge