

„Beeindruckende“ und „überwältigende“ Reise

Redaktioneller Bericht jenseits der Grenze zur Schleichwerbung

In einer Lokalzeitung erscheint unter der Überschrift „Auf dem Schiff von Savona bis Marseille“ ein Artikel über die Mittelmeerkreuzfahrt einer Reisegruppe unter der Leitung des Inhabers eines Reisebüros. Unter dem Beitrag steht eine Anzeige dieses Anbieters. Eine Leserin der Zeitung tritt wegen Schleichwerbung als Beschwerdeführerin auf. Sie sieht in dem Artikel einen PR-Bericht. Die Redaktionsleitung der Zeitung beruft sich auf die aktuelle Rechtsprechung, der zufolge Berichte über ein Unternehmen und Anzeigen des gleichen Anbieters nicht nur in der gleichen Zeitungsausgabe, sondern sogar auf der gleichen Seite stehen dürfen. Der veröffentlichte Bericht gehöre zu einer lockeren Reihe von Beiträgen über Reisen, die das genannte Unternehmen speziell für örtliche Reisegruppen veranstalte. Das sei auch der Anlass für die beanstandete Berichterstattung gewesen. Dort stehe die Sachinformation im Vordergrund. Lobende Aussagen über Reise oder Veranstalter seien im Bericht nicht enthalten. Lediglich zu Beginn und am Ende sei der Anbieter genannt worden. In dieser bloßen Nennung sei aber grundsätzlich keine Schleichwerbung zu erkennen. Den von der Beschwerdeführerin geäußerten Verdacht, der Artikel sei veröffentlicht worden, weil der Journalist – ein freier Mitarbeiter – möglicherweise einen geldwerten Vorteil als Reiseteilnehmer erhalten habe, weist die Redaktionsleitung zurück. Der Autor habe die Reise für sich und seine Familie aus der eigenen Tasche voll bezahlt. Eine Bestätigung liege der Redaktion vor. (2009)

Die in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten ist in diesem Fall nicht beachtet worden. Der Beschwerdeausschuss beurteilt den Beitrag als Schleichwerbung und spricht eine Missbilligung aus. Der Text enthält immer wieder Formulierungen wie „beeindruckende“ und „traumhafte“ Mittelmeerkreuzfahrt, „Traumreise“ oder „überwältigende Erlebnisse“, die eindeutig werbenden Charakter haben. Auch eine Feststellung wie „Viele werden noch lange von dieser Reise träumen...“ stellt keine sachliche Berichterstattung über eine Reise dar, sondern überschreitet die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex. (BK1-214/09)

Aktenzeichen: BK1-214/09

Veröffentlicht am: 01.01.2009

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

Entscheidung: Missbilligung