

## Keine „Gratis-Rezensionsflasche“ bekommen

### Motiv für Bericht war einzig und allein die Qualität des Weines

Eine Regionalzeitung veröffentlicht einen Beitrag über Rieslingweine unter der Überschrift „Die Königin der Reben“. Vorgestellt wird ein Weingut, das sich auf biologisch-dynamischen Anbau umgestellt hat. Einer der Weine dieses Erzeugers wird positiv beschrieben. Am Ende des Beitrages steht die Internet-Adresse des Winzers. Ein Leser sieht den Beitrag als Werbung für Weingut und Wein. Er kritisiert den Hinweis auf die Internetadresse. In Deutschland gebe es noch andere biologisch bewirtschaftete Weingüter. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Zeitung hält ihren Beitrag für rein journalistisch. Der Autor habe von dem Weingut noch nicht einmal eine „Gratis-Rezensionsflasche“ bekommen, sondern diese schlicht gekauft. Das Blatt habe auch keinen Cent für die positive Darstellung des Weinguts und seines Weines bekommen. Motiv des Textes sei einzig und allein, einen Hinweis auf einen wirklich empfehlenswerten Tropfen zu geben. Auch dies sei Journalismus. (2007)

Der Beitrag „Die Königin der Reben“ verletzt nicht das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex. Die Beschwerde ist unbegründet. Der Presserat sieht in dem Beitrag eine zulässige subjektive Berichterstattung. Er enthält zwar sehr positive Aussagen über das Weingut und seine Produkte, doch können die Leser ihn als Meinungsäußerung des Autors bewerten. Der Beschwerdeausschuss sieht hier ein öffentliches Interesse an einer Bewertung von Produkt und Hersteller. Deshalb kann auch die Internet-Adresse genannt werden, ohne dass die Grenze zur Schleichwerbung überschritten worden wäre. (BK2-174/07)

**Aktenzeichen:** BK2-174/07

**Veröffentlicht am:** 01.01.2007

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

**Entscheidung:** unbegründet