

Ein Anbieter steht im Mittelpunkt

Zeitschrift schafft Wettbewerbsvorteil und Werbeeffect auf 32 Seiten

Auf 32 Seiten setzt sich eine Fachzeitschrift für Sportfischer unter dem Motiv „Salzwasser-Extra“ mit dem Angeln auf See auseinander. Im Wesentlichen werden die Produkte eines Unternehmens in redaktioneller Form vorgestellt. Zwischen den Artikeln finden sich Anzeigen des Herstellers. Der Beschwerdeführer – ein Leser der Zeitschrift – sieht Schleichwerbung für die Produkte der Firma. Die Rechtsvertretung des Blattes hält ihre Veröffentlichung nicht für Werbung in redaktioneller Form. Die Erwähnung der Produktnamen sei redaktionell veranlasst. Die kritisierte Beilage habe man vor allem dem Angeln in Meeresgewässern gewidmet. Die Redaktion habe die Erfahrungen eines professionellen Sportanglers wiedergegeben. Zur umfassenden Berichterstattung gehöre auch die Information darüber, mit welcher Ausrüstung der Fischer zu Werke gegangen sei. Der Leser wolle darüber informiert werden. Diesem Informationsbedürfnis komme man nach und nenne Namen und Marken von Herstellern und Produkten. Die Rechtsvertretung betont, dass nicht nur ein Hersteller der in Betracht kommenden Produkte genannt worden sei, sondern mehrere, die im Wettbewerb zueinander stünden. Im kritisierten Artikel seien nicht weniger als fünf verschiedene Hersteller erwähnt worden. Dass diese durch einen Großhändler vertrieben würden, sei unerheblich, zumal diese Firma mit keinem Wort erwähnt werde. Schließlich – so die Rechtsvertretung weiter – habe die Zeitschrift Produkte und Unternehmen nicht werbend dargestellt. (2008)

Die Zeitung hat gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) verstoßen. Der Presserat spricht eine Missbilligung aus. In dem 32-seitigen Beitrag werden über das akzeptable Maß hinaus Waren eines bestimmten Großhändlers vorgestellt. Die Erwähnung dieser Produkte geht über ein begründetes öffentliches Interesse nach Richtlinie 7.2 hinaus. Es entstehen ein Werbeeffect für das Unternehmen und ein Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Anbietern. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass die Zeitschrift gelegentlich auch Produkte eines anderen Anbieters nennt. Im Mittelpunkt der Berichterstattung stehen eindeutig die von einem bestimmten Großhändler vertriebenen Waren.

(BK2-252/08)

Aktenzeichen: BK2-252/08

Veröffentlicht am: 01.01.2008

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

Entscheidung: Missbilligung