

Begriff „Prachtexemplar“ ist Schleichwerbung

Zeitschrift verletzt Trennungsgebot beim Thema Gartenmöbel

Eine Wochenzeitschrift beschäftigt sich unter der Überschrift „Draußen und schön“ mit Gartenmöbeln. Sie weist auf zwei Hersteller hin. Zwei Passagen heben die Produkte einer der Firmen besonders hervor, moniert ein Leser. Er sieht in dem Beitrag Schleichwerbung und wendet sich an den Deutschen Presserat. In der Stellungnahme des Chefredakteurs heißt es, die Zeitschrift bringe viermal im Jahr „Extras“ zum Themen Bauen und Wohnen mit nützlichen Tipps im Allgemeinen und Produktvorstellungen im Besonderen. In dem kritisierten Beitrag werde aus saisonalem Anlass (Frühsommer) das eine mit dem anderen verbunden. Es handele sich im vorliegenden Fall um einen rein redaktionellen Beitrag zum Thema Gartenmöbel. Der Schwerpunkt liege auf Wetterbeständigkeit, Schönheit und der Erfolgsstory eines Außenseiters, wie sie täglich in Tageszeitungen oder Illustrierten zu lesen seien. Seine Zeitschrift – so der Chefredakteur – habe keinerlei geschäftlichen Kontakt mit den beiden Gartenmöbelherstellern. (2007)

Der Beschwerdeausschuss sieht das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex, Richtlinie 7.2 (Schleichwerbung), verletzt. Er spricht deshalb eine Missbilligung aus. Der Presserat folgt zwar der Argumentation der Redaktion, dass im Rahmen eines „Extras“ über außergewöhnliche Gartenmöbel berichtet werden kann. Hier kann ein Informationsinteresse der Leser angenommen werden. Auch kann in diesem Kontext über bestimmte Hersteller und deren Produkte berichtet werden. Die Grenze zur Schleichwerbung wird jedoch durch Formulierungen wie „Ein Prachtexemplar von einem Gartensessel“ sowie die Bildunterzeile „Schöner als die Natur selbst: Der Bear Chair aus Kanada...“ überschritten. Diese Aussagen sind keine sachlichen redaktionellen Beschreibungen mehr, sondern werbende Formulierungen, die mit Superlativen aufwarten. Sie erwecken den Anschein, als seien sie den PR-Broschüren für diese Produkte entnommen. (BK2-146/07)

Aktenzeichen: BK2-146/07

Veröffentlicht am: 01.01.2007

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

Entscheidung: Missbilligung