

Bestimmtes Unternehmen eindeutig bevorzugt

Empfehlung an Redaktion: Künftig auch andere Anbieter nennen

Eine Fachzeitschrift berichtet unter der Überschrift „Unabhängig bloggen“ über die Möglichkeit der Einrichtung eines eigenen virtuellen Servers. Im Text wird der Anbieter mehrfach genannt. Zum Artikel gehört ein Info-Kasten, in dem das Angebot sehr positiv dargestellt wird. Ein weiterer Kasten enthält ein gemeinsames Angebot des Herstellers und der Zeitschrift. Der Beschwerdeführer – ein Leser des Blattes – sieht durch die Veröffentlichung das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex verletzt. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift betont, dass es sich bei der Veröffentlichung um einen redaktionellen Beitrag handele. Geld sei dafür nicht bezahlt worden. Der Artikel sei von öffentlichem Interesse. Im Text werde ausdrücklich darauf verwiesen, dass es auch andere Anbieter gebe. Insofern werde kein einzelnes Unternehmen besonders herausgestellt. Die eine oder andere Formulierung – so die Rechtsvertretung weiter – könne fälschlicherweise den Eindruck eines Werbetextes hervorrufen. Das bedauere der Beschwerdegegner. Grund für die lobende Darstellung dürfte sein, dass der Autor von den Vorteilen des Angebots selbst überzeugt sei. Die Redaktion habe die Beschwerde zum Anlass genommen, künftig strenger auf die Einhaltung des Pressekodex zu achten und die Mitarbeiter entsprechend zu schulen. Der kritisierte Artikel sei inzwischen aus dem Netz entfernt worden.

Die Zeitschrift hat das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex missachtet. Der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Die wiederholte und plakative Hervorhebung eines Anbieters überschreitet die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und einem klaren Fall von Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 deutlich. Durch die Art der Berichterstattung entsteht ein eindeutiger Werbeeffect für das mehrfach genannte Unternehmen. Im Hinblick auf künftige Veröffentlichungen empfiehlt der Presserat der Redaktion, entweder frühzeitig und plakativ auf gemeinsame Aktionen mit Unternehmen hinzuweisen oder aber differenzierter zu berichten und auch andere konkrete Anbieter zu nennen. (0671/14/2)

Aktenzeichen:0671/14/2

Veröffentlicht am: 01.01.2014

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

Entscheidung: Missbilligung