

Redaktion ermuntert zur Werbung

Volksmusiker darf sich im Interview über ein spezielles Produkt äußern

In einer Frauenzeitschrift erscheint ein Interview mit einem Volksmusiker, der dem Blatt gegenüber bekundet, er habe für Liebeskummer keine Zeit. Der Entertainer berichtet, dass er für die „Molkerei Müller“ werbe. Die Redaktion fragt nach, ob er die Buttermilch meine, für die er jetzt werbe. Darauf der Musiker: Ich bevorzuge die mit den roten Früchten. Eine Leserin der Zeitschrift kritisiert die Nennung des Werbepartners des Volksmusikers, sowie die Nachfrage der Redaktion, die es dem Interview-Partner erst ermögliche, weiter ins Detail zu gehen. Die Rechtsvertretung der Frauenzeitschrift meint, es sei von öffentlichem Interesse, für welche Unternehmen der Sänger werbe und aus welchen Motiven er dies tue. Darüber hinaus habe er seine Werbeaktivitäten selbst angesprochen. Die Redaktion habe lediglich klarstellend nachgehakt. Der Musiker erläutere seine Tätigkeit für die Molkerei im Zusammenhang mit seinem kompetentem Aufstieg, der ihn auch für große Konzerne als Werbepartner interessant mache. Die Entwicklung sei insoweit Bestandteil seiner Karriere. Auch die Tatsache, dass er viel Eiweiß in Form von Buttermilch zu sich nehme, sei für seine Fans bzw. die Leser von Interesse.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Berichterstattung einen Fall von Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex und spricht eine Missbilligung aus. Die Erwähnung der Molkerei Müller durch den Musiker sowie die entsprechende Nachfrage der Redaktion in Verbindung mit dem Hinweis auf ein Buttermilchprodukt sind nicht mehr von einem öffentlichen Interesse gedeckt. Die Erwähnung des Werbepartners erfolgt ohne jeglichen Zusammenhang mit dem eigentlichen Thema des Interviews. Das überschreitet die Grenze zur Schleichwerbung deutlich. Besonders zu kritisieren ist die Redaktion, wenn sie dem Musiker die Gelegenheit gibt, ein spezielles Produkt hervorzuheben. Das ist unter presseethischen Gesichtspunkten nicht akzeptabel. (1162/15/3)

Aktenzeichen: 1162/15/3

Veröffentlicht am: 01.01.2016

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

Entscheidung: Missbilligung