

Wie schafft man es, 43 Kilo abzunehmen?

Zeitung nennt die von einem Schauspieler angewandte Methode

Eine Regionalzeitung berichtet online über einen Schauspieler, der die „Optifast-Methode“ angewendet und mit ihrer Hilfe 43 Kilo abgenommen habe. Ein Leser der Zeitung sieht in der Veröffentlichung Schleichwerbung für das genannte Produkt nach Ziffer 7 des Pressekodex. Der Digital-Chef der Zeitung nimmt Stellung. Wenn eine prominente Persönlichkeit so viele Kilos abnehme, stelle sich den Lesern die berechtigte Frage, wie er das geschafft habe. Deshalb sei die angewandte Methode von der Redaktion genannt worden. Für den Beitrag seien weder Geld- noch Sachleistungen geflossen. Der Artikel sei unter rein journalistischen Gesichtspunkten publiziert worden. In der Digital-Version des Beitrages sei die Diät-Methode durch eine Zwischenzeile hervorgehoben worden. Grund dafür seien rein redaktionelle Entscheidungen zur Nutzerführung und Suchmaschinenoptimierung gewesen. Um Missverständnissen vorzubeugen, habe man die Zwischenzeile mittlerweile entfernt.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex festgehaltenen Grundsatzes der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Kodex wurde nicht überschritten. Es ist für einen Teil der Leserschaft von Interesse, zu erfahren, mit welcher Methode der Schauspieler sein Gewicht reduziert hat. Da die Methode auch nicht mit werblichen Attributen belegt wurde, ist die Berichterstattung daher auch in dieser Form unter presseethischen Gesichtspunkten akzeptabel.

Aktenzeichen:0649/18/3

Veröffentlicht am: 01.01.2018

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

Entscheidung: unbegründet