

Reine Produktwerbung statt Information

Auch andere Reiseveranstalter bieten Reisen mit ärztlicher Betreuung an

„Reisen mit Arzt und ohne Sorgen“ – so überschreibt eine Programmzeitschrift ein Interview mit der Marketingleiterin eines Reiseveranstalters zum Thema „Ärztlich begleitete Rundreisen“. Auf der Titelseite wird auf das Interview hingewiesen. Am Ende des Interviews erscheint ein Kasten mit Daten zu dem Reiseveranstalter und seinen Kunden sowie Anschrift, Telefonnummer und Website des Anbieters. Ein Leser der Zeitschrift sieht den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex verletzt. Die Tatsache, dass die Marketingleiterin des Reiseanbieters zu Wort komme, lege den Schluss nahe, dass es in dem Interview weniger um Information der Leser als vielmehr um reine Produktwerbung gehe. Der Chefredakteur der Zeitschrift weist in seiner Stellungnahme darauf hin, dass das Interview einen klar erkennbaren und von der Redaktion im Vorspann auch als solchen kommunizierten Auslöser gehabt habe. Das vorgestellte Unternehmen habe zum Berichtszeitpunkt seinen 40. Firmengeburtstag gefeiert. Jubiläen wie dieses stellten im Journalismus einen etablierten Anlass zur Berichterstattung dar. Darüber hinaus – so der Chefredakteur weiter – habe das Unternehmen ein im beigegebenen Infokasten klar kommuniziertes Alleinstellungsmerkmal. Es handele sich um „Deutschlands ersten Reisedirektanbieter“. Weiterhin habe sich der Reiseanbieter auf ärztlich begleitete Rundreisen spezialisiert. Die Kernzielgruppe seiner Zeitschrift – Leser im Alter von 50 und mehr Jahren – hätte oftmals ein besonderes Interesse an Reisen mit ärztlicher Betreuung. Der Chefredakteur verweist darauf, dass im Interview auf werbliche Aussagen verzichtet worden sei. Die im Bericht und im Infokasten enthaltenen Angaben seien keine Werbung, sondern Service für die Leser.

Der Beschwerdeausschuss sieht die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verletzt. Er spricht eine Missbilligung aus. Die Veröffentlichung über den Reiseveranstalter in dieser Form ist nicht durch ein öffentliches Interesse gedeckt. Ein Alleinstellungsmerkmal ist nicht gegeben, da es auch andere Unternehmen gibt, die ärztliche Betreuung während des Urlaubs anbieten. Als Begründung für die Berichterstattung reicht das Firmenjubiläum nicht aus, da dieses nicht im Mittelpunkt der Veröffentlichung steht. Der Beitrag ist auch kein Firmenporträt, das im Rahmen einer Wirtschaftsberichterstattung presseethisch akzeptabel wäre. Schlussfolgerung: Hier wird ein Anbieter ohne jegliche redaktionelle Begründung hervorgehoben.

Aktenzeichen:0940/18/3

Veröffentlicht am: 01.01.2019

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