

Produktwerbung im Interview

Zeitschrift lässt Interviewpartnerin ihre Produkte anpreisen

Eine Frauenzeitschrift veröffentlicht ein Interview mit Verona Pooth. Überschrift: „Ich heirate ihn aus tiefster Liebe“. Die Moderatorin, Schauspielerin und Unternehmerin äußert sich über ihre Familie und preist eine von ihr betriebene Kosmetikproduktlinie an. Die Redaktion veröffentlicht am Ende des Beitrages einen Kasten, in dem die genauen Produkte samt Preisen genannt werden. Auch auf die Website des Herstellers wird verwiesen. Ein Leser der Zeitschrift sieht in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung. Die Rechtsabteilung des Verlages erkennt keinen Grund für eine Beschwerde beim Presserat. Für die Erwähnung der Kosmetiklinie in dem Interview sei keine Gegenleistung erfolgt und auch nicht vereinbart worden. Nur drei von 18 Fragen im Interview bezögen sich überhaupt auf die unternehmerische Tätigkeit von Verona Pooth. In ihren Antworten gehe Frau Pooth nicht auf einzelne Produkte ein. Sie preise sie auch nicht an. Bei dem Infokasten handele es sich eindeutig um eine Anzeige, die keiner Kennzeichnung bedürfe. Die notwendige Trennung dieser Anzeige vom redaktionellen Interview ergebe sich aus deren Inhalt und ihrer Gestaltung.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Das Gremium spricht eine öffentliche Rüge aus. Das Interview enthält eindeutig werbliche Äußerungen von Verona Pooth über ihre Kosmetikserie. Die Aussagen „Sie sind wie ein Wundermittel“ „...eine echte Revolution“ überschreiten eindeutig die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung im Sinne der Richtlinie 7.2 des Kodex. Der Kasten am Ende des Beitrags ist für die Leserinnen und Leser nicht eindeutig als Anzeige zu identifizieren. Er weckt vielmehr den Eindruck, Bestandteil des redaktionellen Interviews zu sein und erfüllt nicht die in Richtlinie 7.1 formulierten Anforderungen an Gestaltung bzw. Kennzeichnung von bezahlten Veröffentlichungen.

Aktenzeichen:0559/21/3

Veröffentlicht am: 01.01.2021

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

Entscheidung: öffentliche Rüge