

Powerfrauen lassen Kilos purzeln

Illustrierte wirbt redaktionell für eine bestimmte Abnehm-Methode

„17 Kilo weg!“ – unter dieser Überschrift berichtet die Online-Ausgabe einer Illustrierten, dass die rheinland-pfälzische Spitzenpolitikerin Julia Klöckner mit einer bestimmten Methode in sechs Monaten erheblich abgenommen hat. Ein Vertreter des namentlich genannten Unternehmens, das die Methode entwickelt hat, äußert sich positiv zu dem Diätprogramm. Der letzte Satz des Beitrags lautet: „Dass das kein Wunschtraum, sondern ein realistisches Ziel ist, dafür ist die strahlende Julia Klöckner der beste Beweis.“ Ein Nutzer des Online-Portals sieht in der Berichterstattung einen Fall von Schleichwerbung nach Ziffer 7 des Pressekodex. Ziffer 7 verlangt die strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Der Chefredakteur der Illustrierten beruft sich auf das hohe Informationsinteresse, das in der Leserschaft bestehe, wenn es um derartige Themen gehe. Diesem Interesse habe die Redaktion mit dem Bericht über Julia Klöckner gerecht werden wollen. Wenn dabei ausnahmsweise die Abnehm-Methode von einem bestimmten Unternehmen exklusiv angeboten werde, sei mit der Berichterstattung leider untrennbar ein werblicher Effekt für dieses Unternehmen verbunden. Es gehöre aber zwingend in die Berichterstattung hinein, mit welcher Methode die deutliche Gewichtsreduktion erreicht worden sei. Diese Information könne man nicht weglassen, auch wenn ein Wirtschaftsunternehmen davon mittelbar profitiere. Der Chefredakteur erwähnt auch, dass sowohl Julia Klöckner als auch das Unternehmen sich über die Berichterstattung beklagt hätten. Diese sei nicht mit ihnen abgesprochen worden. Der Pressesprecher der Firma, habe es offenbar sogar bereit, gegenüber der Redaktion überhaupt ein Statement abgegeben zu haben. Die Diskussion um den Gewichtsverlust der Politikerin habe die Redaktion zu einer ausgiebigen Diskussion über dieses Thema veranlasst. Man werde künftig solche Fälle kritischer begutachten und eher einmal – wenn auch aus journalistischer Sicht mit Bauchschmerzen – auf die Produktnennung verzichten, um nicht unbeabsichtigt Angriffsflächen zu bieten.

Die Redaktion hat die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verletzt; der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Zu erwähnen, mit welcher Methode Julia Klöckner abgenommen hat, ist noch zulässig. Der Beitrag enthält aber über die bloße Erwähnung hinausgehende werbliche Aussagen. Insbesondere das Zitat eines Firmensprechers, seine Methode sei „für Powerfrauen optimal“, ist eine werbliche Formulierung, die nicht mehr durch das Leserinteresse gedeckt ist. (0116/14/1)

Aktenzeichen:0116/14/1

Veröffentlicht am: 01.01.2014

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

Entscheidung: Missbilligung