

Zeitung aus der Pfalz erwähnt Wein aus der Pfalz

Die Grenze zur Schleichwerbung wurde noch nicht überschritten

Unter der Überschrift „Das große Heldentreffen“ berichtet eine Regionalzeitung über die Eröffnung der deutschen Hall of Fame des Fußballs. Diese sei mit einer Gala mit Wein aus der Pfalz eröffnet worden. Der Artikel beleuchtet vor allem den Auftritt von DFB-Präsident Reinhard Grindel vor dem Hintergrund einer im Raum stehenden Affäre um seine Person. Dann heißt es im Bericht unter anderem: „Es gab auch leckeren Wein vom Gut Nett aus dem pfälzischen Duttweiler.“ Ein anonymes Beschwerdeführer trägt vor, er sehe in diesem Satz einen unnötigen Hinweis auf ein Produkt, dessen Nennung überhaupt nicht mit dem eigentlichen Inhalt des Artikels in Verbindung stehe. Der Autor habe offensichtlich in diesem überregionalen Beitrag unbedingt einen Regionalbezug unterbringen wollen. Das wäre mit der Einleitung „mit Wein aus der Pfalz“ ja noch in Ordnung gewesen. Die Nennung des Betriebes, dessen Produkt dann auch noch als „lecker“ beschrieben werde, sei seiner – des Beschwerdeführers - Ansicht nach zu viel. Der stellvertretende Chefredakteur der Zeitung teilt mit, dass sein Blatt in der Pfalz erscheine. Die Eröffnung der Hall of Fame sei ein Ereignis mit bundesweiter Ausstrahlung gewesen. Dass dabei Wein aus der Pfalz ausgeschenkt wurde, sei für eine Zeitung aus dieser Gegend erwähnenswert. Die Verwendung des Attributs „lecker“ sei dabei ebenso wenig als unzulässige redaktionelle Schleichwerbung anzusehen wie die wertfreie Angabe des Winzers mit Namen und Wohnort.

Die Zeitung hat nicht gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Die Beschwerde ist unbegründet. Nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex dürfen redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen und ihre Erzeugnisse hinweisen, nicht über ein begründetes öffentliches Interesse hinausgehen. Im vorliegenden Fall sieht das Gremium ein ausreichendes Leserinteresse an dem Umstand, dass bei der Eröffnung der deutschen Hall of Fame des Fußballs Wein eines lokalen Weinguts ausgeschenkt wurde, als gegeben an. Zwar wird der Wein mit „lecker“ positiv beschrieben, doch drückt sich dabei jedoch vor allem ein Wohlwollen der Redaktion gegenüber den lokalen Produkten aus. Die Grenze zur Schleichwerbung wird dadurch noch nicht überschritten.

Aktenzeichen:0294/19/3

Veröffentlicht am: 01.01.2019

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

Entscheidung: unbegründet