

Werbung für einen TV-Sender

Präsentation im Hauptbahnhof wie in einer Werbebroschüre angepriesen

Eine Boulevardzeitung weist in ihrem Regionalteil auf die Präsentation eines Pay-TV-Senders im Hauptbahnhof hin. Sie verwendet das Logo des Senders in der Überschrift, fordert zum Mitmachen auf, feiert das neue digitale „Bezahl-Fernsehen“ als ein gigantisches Ereignis, erläutert die unterschiedlichen Programme und schließt mit Hinweisen auf ein Preisausschreiben und die entsprechende Gewinn-Hotline. Ein Leser des Blattes ruft den Deutschen Presserat an, weil in dem Bericht seiner Meinung nach Schleichwerbung betrieben wird. Die Redaktionsleitung hält die Darstellung für zulässig, weil es sich hier um eine völlig neue Form des Fernsehens handele. Eine Vorstellung von Neuheiten sei ohne detaillierte Angaben nicht möglich. Da im Zusammenhang mit der Berichterstattung auch ein kleines Preisrätsel ausgelobt worden sei, habe sich die in der Überschrift enthaltene Formulierung „Mitmachen!“ als notwendiger Hinweis ergeben. Dies sei keinesfalls eine Aufforderung, Kunde des genannten Senders zu werden. (1999)

Der Presserat kritisiert die Verwendung des Sender-Logos in der Überschrift sowie Formulierungen im Text wie „gigantisches Ereignis“, „Sender der Superlative“, „tolle Aktions- und Informationsstände“ und „topaktuelle Erstaussstrahlungen“. Diese Passagen erwecken den Eindruck, als seien sie aus einer Werbebroschüre des Privatsenders übernommen worden. Gerade bei der Berichterstattung über ein Unternehmen und seine Produkte sollte eine Redaktion darauf achten, dass sie nicht ungeprüft werbende Aussagen des Unternehmens übernimmt, sondern den Lesern das Ergebnis eigener Recherchen vermittelt. Der Presserat sieht im vorliegenden Fall Ziffer 7 des Pressekodex verletzt. In der hier angefügten Richtlinie 7.2 wird festgestellt, dass redaktionelle Veröffentlichungen, welche auf Unternehmen, deren Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, die Grenze zur Schleichwerbung nicht überschreiten dürfen. Die Boulevardzeitung erhält wegen ihres Verstoßes gegen dieses Trennungsgebot einen Hinweis.

Aktenzeichen: B 102/99

Veröffentlicht am: 01.01.1999

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

Entscheidung: Hinweis