

Sponsoring

Eine Boulevardzeitung berichtet in ihrem Sportteil in großer Aufmachung über ein Reitturnier, das von einer Bierbrauerei gesponsert wird. In dem Beitrag wird achtmal der Name der Brauerei genannt. Auf der selben Seite befindet sich unten links eine große Anzeige der Brauerei. Ein Zeitungsverlag legt Beschwerde beim Deutschen Presserat ein. Er sieht in der mehrmaligen Nennung des Firmennamens Schleichwerbung. Der Druck aus Inserentenkreisen werde nicht auszuhalten sein, wenn das, was hier praktiziert werde, weiter Schule mache. Die Chefredaktion der kritisierten Zeitung weist darauf hin, der in dem Hallenturnier ausgetragene Cup sei nach der Brauerei benannt. Insofern sei der Hinweis auf die Firma allein schon redaktionell bedingt gewesen. Von einer Schleichwerbung könne demzufolge nicht gesprochen werden. Würde man auf die Nennung des Sponsors verzichten, würde das dazu führen, dass über ein namenloses Turnier berichtet werden müsse. Dies wäre eine unvollständige und unzutreffende Berichterstattung. Der Cup sei immerhin mit 66.000 D-Mark dotiert und dies könne man nicht mitteilen, ohne den Sponsor zu nennen. Die Veröffentlichung der Anzeige der Brauerei auf derselben Seite stellt nach Ansicht der Chefredaktion keine Verquickung redaktionellen Textes mit einer Werbung dar. Schließlich werde über ein aktuelles Ereignis berichtet und dies könne wiederum nicht bedeuten, dass für den Zeitpunkt der Berichterstattung über das Turnier Anzeigen der Brauerei nicht veröffentlicht werden dürfen. Zudem werde in dem redaktionellen Beitrag das Bier der Brauerei nicht lobend hervorgehoben. (1997)

Der Presserat weist die Beschwerde als unbegründet zurück. Die Veröffentlichung verstößt seiner Ansicht nach nicht gegen Ziffer 7 des Pressekodex. Die Platzierung des Berichts über das nach der Bierbrauerei benannte Reitturnier und der Werbeanzeige der selben Firma ist mit dem Pressekodex vereinbar, da die Anzeige nicht im Zusammenhang mit der Thematik des Artikels steht. Auch gegen die Nennung des Namens der Brauerei ist nichts einzuwenden, da der hier ausgetragene Cup den Namen der Firma trägt und auch dementsprechend benannt werden muss. Dass der Name achtmal erwähnt wird, nimmt der Presserat zur Kenntnis. Er stellt letztendlich jedoch keine Verletzung des Trennungsgrundsatz fest. (B 55/97)

Aktenzeichen:B 55/97

Veröffentlicht am: 01.01.1997

Gegenstand (Ziffer): Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde (1);

Entscheidung: unbegründet