

Einen Rasenmäher einseitig hochgelobt

Zeitschrift lässt im „Test“ keine Konkurrenzprodukte zu Wort kommen

„Hier mäht der Robo-Gärtner“ – so überschreibt eine Zeitschrift den Test eines selbststeuernden Rasenmähers. Das Gerät wird sehr positiv beschrieben. In einem beige gestellten Kasten werden der Preis und die Webseite des Herstellers genannt. Ein Leser der Zeitschrift sieht einen Fall von Schleichwerbung. Der Titel der Seite lautet „Ratgeber“. Überschrift und Vorspann des Artikels suggerierten, dass es in dem Text allgemein um die Vorteile neuartiger Mähroboter gehe. Die Redaktion stelle aber nur ein einziges Gerät vor, das rundum positiv beschrieben werde. Konkurrenzprodukte würden nicht genannt. Der im Text erwähnte Test des Geräts werde für den Leser nicht transparent gemacht. Die Aussage, dass der Mäher locker Steigungen bis 36 schaffe, sei vom Hersteller übernommen worden. Es sei nicht ersichtlich, dass die Reaktion den Wahrheitsgehalt dieser Behauptung überprüft habe. Die Zeitschrift äußert sich nicht zu der Beschwerde.

Die Zeitschrift hat die Ziffer 7 des Pressekodex (Klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten) verletzt. Der Beschwerdeausschuss spricht eine öffentliche Rüge aus. Der Beitrag überschreitet die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2. Die Vorstellung des Mähers, der ohne jegliche publizistische Begründung oder ein erkennbares Alleinstellungsmerkmal aus einer Palette ähnlicher Produkte herausgegriffen wurde, lässt jegliche kritische Distanz vermissen. Im Gegenteil wird das Gerät ausschließlich positiv und mit werblichen Formulierungen („absolut begeistert“, „tolles Schnittbild“, „kinderleichtes Spiel“) beschrieben. Zusätzlich wird der Preis genannt und auf die Webseite des Herstellers verwiesen. Diese Art der Berichterstattung ist nicht durch ein Leserinteresse gedeckt. Sie ist eindeutig Schleichwerbung. (0575/17/3)

Aktenzeichen:0575/17/3

Veröffentlicht am: 01.01.2017

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

Entscheidung: öffentliche Rüge