

## Nur ein hauseigenes Produkt beschrieben

### Vorgestelltem Messenger-Dienst fehlt es am Alleinstellungsmerkmal

Eine Zeitung der Madsack-Mediengruppe berichtet über ein Datenleck in der niedersächsischen Landesregierung. Eine Ministerin und mehrere Staatssekretäre hätten dem Messengerdienst Whatsapp auf ihren Diensthandys Zugang zu ihren persönlichen Adressbüchern gewährt. Die Zeitung schreibt: „In sensiblen Bereichen ist die Nutzung von Whatsapp daher häufig verboten – etwa bei Lehrern, Unternehmen wie Continental oder der Polizei. Diese nutzt einen sicheren Messengerdienst, entwickelt von heinekingmedia, einem Unternehmen der Madsack-Mediengruppe. Die Stadt Köln führt einen Messenger auf derselben Basis in Schulen ein.“ Eine Leserin der Zeitung kritisiert, diese mache Werbung für ein eigenes Produkt. Zahlreiche Alternativen würden nicht erwähnt. Sie empfindet dieses Vorgehen in einem auf der Titelseite veröffentlichten Artikel als befremdlich. Sie erwarte, von der Zeitung sachlich informiert zu werden. Stattdessen stelle die Redaktion einseitig ein hauseigenes IT-Produkt vor. Der Chefredakteur der Zeitung nimmt Stellung. Die Redaktion habe den Sachverhalt zutreffend wiedergegeben. Es sei relevant gewesen, darüber zu berichten, wie sich andere sicherheitsrelevante Institutionen in Niedersachsen in Bezug auf ihre digitale Kommunikation verhalten. Es sei nicht darum gegangen, dass die Polizei möglicherweise auch andere Messenger-Dienste hätte einsetzen können. Sie habe sich nun einmal für das Produkt aus dem Hause Madsack entschieden.

Der Beschwerdeausschuss erkennt einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex vorgeschriebene strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Nach Richtlinie 7.2 des Kodex darf eine redaktionelle Veröffentlichung über Unternehmen und ihre Erzeugnisse nicht über ein begründetes öffentliches Interesse hinausgehen. Ein solches Interesse an Messenger-Systemen, die das im Artikel beschriebene Problem lösen, kann angenommen werden. Allerdings existieren mehrere Produkte, für die dies gilt. Indem nur ein einziges dieser Produkte ohne Darstellung eines relevanten Alleinstellungsmerkmals herausgegriffen wird, entsteht ein werblicher Effekt. Die Grenze zur Schleichwerbung ist überschritten worden.

**Aktenzeichen:**0158/19/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2019

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

**Entscheidung:** Missbilligung