

Interview-Mittelpunkt: Der Brotaufstrich

Chefredaktion einer Boulevardzeitung räumt Fehler ein

Ein Spieler der Fußball-Bundesliga verbringt fünf Tage in Südafrika, um dort einen Werbespot zu drehen. Das beworbene Produkt ist ein Brotaufstrich. Eine Boulevardzeitung führt mit dem Spieler in Spanien ein Interview. Dabei wird der Brotaufstrich in der Überschrift und im Text genannt. Zum Beitrag gestellt sind zwei Fotos, die den Interviewer mit dem Fußball-Profi beim gemeinsamen Frühstücksgespräch zeigen. Gut sichtbar auf dem Tisch: Wiederum ein Glas mit dem Logo des Brotaufstrichs. In der Bundesausgabe der Zeitung erscheint am gleichen Tag eine Meldung, wonach der Spieler dem Interviewer gegenüber geäußert habe, seinen Verein nicht verlassen zu wollen, um zu einem anderen Club zu gehen. Ein Leser der Zeitung sieht Schleichwerbung für den Hersteller des Brotaufstrichs. Die Rechtsabteilung der Zeitung räumt ein, dass die Redaktion einen Fehler gemacht habe. Zwar machten mehrere Spieler der deutschen Fußball-Nationalmannschaft Werbung für den Aufstrich und seien damit in der Öffentlichkeit bekannt. Auch sei es in dem Interview um sportliche Themen gegangen und nicht um das genannte Produkt. Dennoch hätte die penetrante Nennung des Erzeugnisses nicht sein dürfen. Die Chefredaktion habe den Beitrag umgehend moniert. Leider sei dieser zu diesem Zeitpunkt bereits von der Online-Ausgabe übernommen worden. Die Mitteilung in der Bundesausgabe, wonach der Spieler sich anlässlich eines Werbedrehs über seinen „Nicht-Wechsel“ zu einem anderen Verein geäußert habe, sei aus Sicht der Zeitung jedoch unbedenklich. (2011)

Der Beschwerdeausschuss sieht einen Fall von Schleichwerbung im Sinne der Ziffer 7 des Pressekodex und spricht eine Missbilligung aus. Wie der Verlag selbst einräumt, wird sowohl im Text als auch mit Hilfe von Fotos das Produkt über Gebühr herausgestellt. Damit ist die Grenze zwischen einer Veröffentlichung von begründetem öffentlichem Interesse und Schleichwerbung überschritten. (0010/11/1)

Aktenzeichen:0010/11/1

Veröffentlicht am: 01.01.2011

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

Entscheidung: Missbilligung