presserat

Fast hundert Fotos für eine Therme

Boulevardzeitung steht unter dem Vorwurf der Schleichwerbung

Eine junge Dame sauniert gern in einer bestimmten Therme. Zudem ist sie das Mai-Playmate einer Herrenzeitschrift. Die Online-Ausgabe einer Boulevardzeitung teilt beides ihren Lesern mit. Zu dem entsprechenden Bericht gestellt ist eine 95-teilige Fotostrecke. Ein Leser der Zeitung beschwert sich beim Presserat über die nach seiner Meinung offensichtliche Schleichwerbung für die Herrenzeitschrift und das Therme-Unternehmen. Der Chefredakteur der Boulevardzeitung stellt fest, dass sein Haus für die Veröffentlichung kein Geld bekommen habe. Wie andere Medien auch habe die Redaktion auf eine neue Ausgabe der Herrenzeitschrift hingewiesen. Dabei habe sich der Hinweis auf das Playmate ergeben. Die junge Dame stamme aus der Region und besuche gern eine Therme. Auch diese ist in der näheren Umgebung angesiedelt. Die Fotostrecke werde in unregelmäßigen Abständen in Berichte über das Bad eingebaut. Die Fotos stammten von der Therme selbst. Der begleitende Text sei lediglich eine objektive Beschreibung des Angebots der größten Sauna- und Wellness-Landschaft Europas. Der Chefredakteur beharrt auf seinem Standpunkt, dass die Bebilderung von Artikeln über die Therme keine Schleichwerbung sei.

Die Zeitung verstößt gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7, Richtlinie 7.2, des Pressekodex (Schleichwerbung). Grundsätzlich kann über die Inhalte anderer Medien berichtet werden. Das gilt auch für eine Herrenzeitschrift und deren Playmate-Aktion. Es geht jedoch zu weit, wenn der Bericht über die Saunier-Gewohnheiten einer jungen Frau mit 95 Fotos über eine bestimmte Therme versehen wird. Mit dieser ausführlichen Illustration des Angebots der Therme wird die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung deutlich überschritten. Die Veröffentlichung der Fotostrecke ist nicht mehr vom Leserinteresse gedeckt. Sie erweckt vielmehr den Eindruck einer Anzeigenveröffentlichung mit PR-Fotos. (0229/12/2)

Aktenzeichen:0229/12/2
Veröffentlicht am: 01.01.2012
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge