

Wann ist ein „Schnäppchen“ nur Nepp?

Redaktion einer Computerzeitschrift hält Berichterstattung für zulässig

Eine Computerzeitschrift veröffentlicht online einen Beitrag, in dem das Tagesangebot eines Online-Händlers vorgestellt wird. Es geht um einen „starken WLAN-Router“. In der Veröffentlichung enthalten sind zwei Links zu dem Anbieter, über den das Gerät bestellt werden kann. Ein Leser der Zeitschrift sieht in der Berichterstattung Werbung sowohl für den Online-Händler als auch für den Hersteller des Routers. Der Chefredakteur der Zeitschrift vermag die Kritik des Beschwerdeführers, der Beitrag unterscheide nicht zwischen redaktioneller Berichterstattung und Werbung, nicht nachzuvollziehen. Der Artikel sei eindeutig redaktioneller Natur. Von Schleichwerbung könne keine Rede sein. Durch die Einordnung in die Rubrik „Home-Test und Kaufberatung – Schnäppchen-Tipps der Redaktion“ sowie das Startbild mit dem Hinweis „Schnäppchen-Tipp“ werde klar, dass es sich um einen redaktionellen Beitrag handle. Der Chefredakteur weist darauf hin, dass seine Zeitschrift eine wichtige Anlaufstelle sei, wenn Leser sich über Qualität und Preiswürdigkeit von Produkten informieren wollten. Dazu gehörten auch Informationen über aktuelle „Schnäppchen“. Was die Nutzer zu Recht erwarteten, sei eine redaktionelle Beurteilung darüber, ob ein vermeintliches Sonderangebot auch wirklich ein „Schnäppchen“ sei oder nicht doch eher Nepp.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Berichterstattung einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten). Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Veröffentlichung überschreitet deutlich die Grenze zwischen einer Berichterstattung über ein günstiges Angebot im Sinne eines Service für die User und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Kodex. Zwar ist eine redaktionelle Berichterstattung über ein günstiges Angebot grundsätzlich möglich. Im konkreten Fall wird das vorgestellte Produkt jedoch mit werblichen Aussagen beschrieben. Der genannte Preis wird auch nicht in Relation zu Vergleichsangeboten anderer Anbieter gesetzt. Dies wäre aber im Hinblick auf eine umfassende Information der Nutzer angebracht gewesen. Die Veröffentlichung enthält Affiliate-Links, durch die der Verlag von der Berichterstattung profitiert. Dies ist im Hinblick auf die werbliche Gesamtdarstellung unter presseethischen Gesichtspunkten problematisch.

Aktenzeichen:0408/18/3

Veröffentlicht am: 01.01.2018

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

Entscheidung: öffentliche Rüge