

## Schritt für Schritt auf den Spuren der Pommes

### Reportage-Magazin hat sich bei Berichterstattung korrekt verhalten

Ein Reportage-Magazin veröffentlicht einen Artikel unter der Überschrift „So entstehen perfekte Pommes“. Im Beitrag geht es um die optimale Herstellung der knusprigen Kartoffelstäbchen. Dabei werden mehrfach zwei Firmen genannt, die sich mit der Kartoffelzucht bzw. der Herstellung von Pommes frites beschäftigen. Eine Leserin der Zeitschrift sieht in der Nennung der Firmen-Namen einen Fall von Schleichwerbung nach Ziffer 7 des Pressekodex. Die Autorin des kritisierten Beitrages nimmt Stellung. Sie sei zur Recherche des Artikels bei den beiden Firmen gewesen, um Schritt für Schritt den Entstehungsprozess der Pommes zu schildern. Die Firmen hätten dafür weder etwas bezahlt noch seien sonstige geldwerte Vorteile gewährt worden. Das Magazin nenne in derartigen Fällen immer den Namen der Fabrik, Forschungseinrichtung oder Behörde, je nachdem, wo man recherchiert habe. Der Artikel - so die Autorin weiter – enthalte keine werbliche Sprache und auch keine Anpreisungen der beschriebenen Produkte.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Beschwerde ist unbegründet. Mit der Nennung der beiden Firmen wird die Grenze zur Schleichwerbung nicht überschritten. Der Artikel informiert auf sachliche Weise über die Zucht von Kartoffeln und die Herstellung von Pommes frites. Es ist presseethisch akzeptabel, dass die Redaktion die Unternehmen beim Namen nennt.

**Aktenzeichen:**0890/19/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2020

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

**Entscheidung:** unbegründet