

Fußballtrainer und Markenbotschafter wirbt in Interview für Fitness-Bike
Boulevardzeitung überschreitet Grenze zur Schleichwerbung

Entscheidung: öffentliche Rüge
Ziffer: 7

„So kloppe ich meine Kilos weg“: Unter diesem Titel berichtet eine Boulevardzeitung online über das private Fitness-Training eines bekannten Fußballtrainers. Dabei wird auch erwähnt, dass er ein Fitness-Bike einer bestimmten Marke benutze. In diesem Zusammenhang äußert er sich positiv über seine Trainingsmethode. Der Berichterstattung beigelegt sind drei PR-Fotos des Fitness-Unternehmens, für das der Trainer als Werbebotschafter tätig ist. Nach Ansicht des Beschwerdeführers handelt es sich bei dem Beitrag um eine reine PR-Veröffentlichung. Es sei fraglich, ob das Interview überhaupt stattgefunden habe. Die Zeitung versichert die Echtheit des Interviews. Der Trainer habe allgemein über persönliche Fitness gesprochen. Der Markenname komme nur ein einziges Mal vor, und zwar in einem wörtlichen Zitat des Interviewten, und das Gerät sei auch nicht abgebildet worden. Selbstverständlich habe es auch keinerlei Zuwendungen für den Beitrag gegeben. Der Beschwerdeausschuss beschließt eine öffentliche Rüge, weil der Beitrag die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von Redaktion und Werbung verletzt. Die positive Beschreibung des Fitness-Trainings durch den Interviewten und seine Nennung des Markennamens überschreiten die Grenze zur Schleichwerbung, vor allem auch deshalb, weil der Trainer als Markenbotschafter für das Unternehmen tätig ist und weil der Artikel mit drei PR-Fotos der Firma bebildert ist. Durch diese Konstellation entsteht ein eindeutig werblicher Effekt, der mit dem Trennungsgrundsatz nicht vereinbar ist.