presserat

# Keine unzulässige Werbung für Fahrrad-Schlösser

## Zeitung folgt in ihrem Test dem Vorgehen der Stiftung Warentest

„Fahrrad-Schlösser im Test – Diese drei sind richtig sicher!“ titelt eine Boulevardzeitung. Im Bericht informiert die Redaktion über einen Fahrrad-Schloss-Test der Stiftung Warentest. Dabei heißt es, nur fünf Schlösser hätten ein gutes Gesamtergebnis erzielt. Die Zeitung stellt die Testsieger vor. Gezeigt und vorgestellt werden drei Schlösser, die alle von einem namentlich genannten Hersteller produziert werden. Ein Leser der Zeitung sieht in der Veröffentlichung Werbung im redaktionellen Umfeld für die Produkte des namentlich genannten Herstellers. Der Chefredakteur der Zeitung nimmt Stellung. Die Darstellung gerade dieser drei der insgesamt fünf mit einem guten Gesamtergebnis bewerteten Fahrrad-Schlösser berücksichtige exakt den Testaufbau der Stiftung Warentest. Diese habe die zu testenden Schlösser in drei Kategorien unterteilt: Bügelschlösser, Faltschlösser und Kettenschlösser. Die drei Kategorien der Tester aufgreifend, habe die Redaktion schlicht und einfach diejenigen Schlösser abgebildet, die die Stiftung in ihrer jeweiligen Kategorie am besten benotet habe. Dies sei der sinnhafte, weil sachgerechte, objektive und neutrale Grund der Auswahl. Mit getarnter Werbung oder ähnlichem habe diese Berichterstattung nichts zu tun.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Beschwerde ist unbegründet. Die von der Redaktion veröffentlichte Vorstellung der Testsieger in den drei Testkategorien ist durch ein begründetes öffentliches Interesse nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex gedeckt. Die Grenze zur Schleichwerbung wird nicht überschritten, da es von Interesse für die Leser ist, über die jeweiligen Testsieger – auch wenn diese von einem Anbieter stammen – informiert zu werden.

**Aktenzeichen:**0362/19/3
**Veröffentlicht am:** 01.01.2019
**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7);
**Entscheidung:** unbegründet