presserat

Redaktionsmitglieder werben für Trachten

Zeitung hört sich bei mehreren Anbietern aus der Region um

Eine Münchner Tageszeitung veröffentlicht einen Beitrag unter der Überschrift „Tradition liegt bei Trachten im Trend“. Der Artikel beschäftigt sich mit Bekleidungstrends in der Trachtenmode anlässlich des Beginns des Münchner Oktoberfestes. Zu Wort kommen in dem Beitrag sechs regionale Anbieter aus der Branche. Auf einem beigestellten Foto sind zwei Redaktionsmitglieder in Trachtenkleidung zu sehen. Die Hersteller und die Preise der Kleidungsstücke, die die beiden tragen, werden genannt. Ebenso das Geschäft, das die Bekleidung für das Foto zur Verfügung gestellt hat. Der Beschwerdeführer sieht in dem Beitrag Schleichwerbung für die Hersteller der Kleidung sowie für das genannte Geschäft. Der Chefredakteur für den Bereich Heimatzeitungen teilt mit, dass die Frage, was man beim Oktoberfest an Kleidung trage, viele Leserinnen und Leser umtreibe. Die Redaktion habe sich daher bei mehreren Trachtengeschäften in der Region nach den aktuellen Trends erkundigt. Um diese sichtbar zu machen, hätten zwei Mitarbeiter für ein Foto Trachtengewänder angezogen. Zum Leser-Service gehöre auch dazu, zu beschreiben, was die beiden Modelle auf dem Bild tragen. Es würden keine Kleidungsstücke angepriesen. Man habe auch kein Geschäft und kein Produkt in den Mittelpunkt gerückt. Einen Verstoß gegen presseethische Grundsätze vermag er - der Chefredakteur – nicht zu erkennen.

Der Beschwerdeausschuss erkennt eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Die Mitglieder sind zwar übereinstimmend der Ansicht, dass der Text der Veröffentlichung nicht zu beanstanden ist. Anders ist es bei dem Foto, das zum Beitrag gestellt ist. Das Foto und die dazu gehörige Bildunterschrift überschreiten die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex, da damit der Anbieter der gezeigten Kleidungsstücke hervorgehoben wird und ein werblicher Effekt für das betreffende Geschäft entsteht.

Aktenzeichen:0732/22/3
Veröffentlicht am: 01.01.2022
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung