presserat

Grenze zur Schleichwerbung nicht überschritten

Alleinstellungsmerkmal rechtfertigt positive Berichterstattung

Eine überregionale Zeitung veröffentlicht einen Artikel über die Kooperation des TV-Herstellers Philips mit dem Akustik-Spezialisten Bowers & Wilkins (B&W). Für die neueste Reihe der Philips-Geräte habe B&W den Sound entwickelt, schreibt der Autor. Eine Leserin der Zeitung sieht in der Veröffentlichung Schleichwerbung für die Fernsehgeräte von Philips. Ihre Beschreibung sei detailliert und ausschließlich positiv und werblich. Konkurrenzprodukte würden nicht genannt. Die Zeitung lässt den Autor des Beitrages auf die Beschwerde antworten. Er weist darauf hin, dass es in der Rubrik „Technik und Motor“ üblich sei, einzelne Produkte zu besprechen, ohne sie in einen direkten Vergleich mit Wettbewerbsfabrikaten zu stellen. Im konkreten Fall gehe es vor allem um die Kooperation von Philips mit dem renommierten englischen Lautsprecherhersteller Bowers & Wilkins. Unter den Lautsprecherherstellern habe B&W einen Rang, der etwa mit der Bedeutung der Marke Porsche unter den Autobauern vergleichbar sei. Insofern wecke allein diese Kooperation die Aufmerksamkeit von Marktbeobachtern. Sie provoziere bei Testern die Frage, ob man es mit einer reinen Marketingbotschaft zu tun habe oder tatsächlich ein Produkt entstanden sei, das den hohen Erwartungen gerecht werde. Tatschlich übertreffe die Tonqualität des Geräts sehr deutlich alles, was andere Geräte mit vergleichbar großen Lautsprechereinbauten zu leisten vermögen, so der Autor. Seine umfassende Produktkenntnis im TV-Bereich erlaube ihm dieses Urteil. Hätte der Hersteller in diesem Punkt enttäuscht, wäre dies auch in seinem Artikel klar benannt worden.

Der Beschwerdeausschuss erkennt keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Berichterstattung ist von einem öffentlichen Interesse gedeckt und überschreitet nicht die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex. Der Autor kann überzeugend darlegen, dass die Zusammenarbeit des TV-Herstellers Philips mit dem Unternehmen Bowers & Wilkins ein Novum darstellt und zu einem berichtenswerten Resultat geführt hat. Insofern liegt ein Alleinstellungsmerkmal der Philips-TV-Geräte vor, so dass eine Berichterstattung darüber – auch in der vorliegenden positiven Form – unter presserechtlichen Gesichtspunkten nicht zu beanstanden ist.

Aktenzeichen:1063/18/3
Veröffentlicht am: 01.01.2019
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet