presserat

„Schönschreiben“ mit Produktwerbung

Überregionale Zeitung stellt nur Stifte eines einzigen Herstellers vor

Gedruckt und online veröffentlicht eine überregionale Zeitung einen Artikel unter der Überschrift „Schönschreiben mit Federhalter“. Es geht um Schreibgeräte eines bestimmten und namentlich genannten Herstellers. Die Produkte werden vorgestellt und positiv bewertet. Am Ende des Beitrags werden Preise genannt. In der Online-Ausgabe veröffentlicht die Redaktion eine Bilderstrecke der Produkte. Zwei Beschwerdeführer sehen in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex. Geschäftsführung und Justiziariat der Zeitung vertreten die Meinung, dass es sich hier nicht um bezahlte Werbung handele und somit kein Verstoß gegen Richtlinie 7.1 des Pressekodex (Trennung von Werbung und Redaktion) vorliege. Es liege auch kein Verstoß gegen Richtlinie 7.2 vor, da der Beitrag sich auch negativ mit den Produkten auseinandersetze. So sei die Rede davon, dass ein Füller ohne den optional erhältlichen Halteclip billig wirke. Ein anderer Stift eigne sich wegen seines Gewichts nicht für ein längeres Skizzieren und sein Material wirke kalt. Diese Beurteilungen ließen erkennen, dass sich die Autorin kritisch mit den Schreibgeräten auseinandergesetzt habe. Wenn sie hauptsächlich positiv über die Schreibgeräte schreibe, dann deshalb, weil es sich nach ihrer Ansicht um gute Produkte handele. Einem Journalisten müsse eine solche Bewertung gestattet sein, ohne sich dem Vorwurf der Schleichwerbung ausgesetzt zu sehen.

Der Beschwerdeausschuss sieht das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex deutlich verletzt. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung ist klar überschritten. Kritikwürdig ist vor allem, dass die Zeitung die Produkte nur eines Herstellers vorstellt. Ohne redaktionelle Begründung wird diese Firma hervorgehoben, ohne dass die Mitbewerber auf dem Markt erwähnt würden. Von einem die Berichterstattung rechtfertigenden Alleinstellungsmerkmal ist nicht die Rede. Es entsteht ein Werbeeffekt für das vorgestellte Unternehmen und seine Produkte. Kritische Anmerkungen an zwei Stellen sind nicht geeignet, den Werbeeffekt abzumildern. (1096/15/3)

Aktenzeichen:1096/15/3
Veröffentlicht am: 01.01.2016
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge