presserat

Model macht im Interview Werbung

Veröffentlichung nicht von öffentlichem Informationsinteresse gedeckt

„Mama werden ist ein Prozess“ – so überschreibt eine Frauenzeitschrift ein Interview mit einem bekannten Model. Dieses spricht im Beitrag ausführlich über Epilieren und ein entsprechendes – auch abgebildetes - Gerät einer namentlich genannten Firma. Die Redaktion veröffentlicht genaue Angaben zu Websites, über die die Artikel bestellt werden können. Zwei Leser der Zeitschrift sehen in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung. Das Model habe einen Werbevertrag mit der im Interview genannten Firma. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift teilt mit, dass in dem Interview verschiedene Fragen zum Beruf des Models und seinem Privatleben gestellt würden. Die Interviewpartnerin sei sowohl Model als auch Businessfrau, Moderatorin und Mutter. In diesem Zusammenhang habe sie auch erwähnt, dass sie einen Epilierer verwende. Sie berichte über ihr Label und ihren Shop. Von Schleichwerbung könne daher nicht die Rede sein. Es handele sich vielmehr um Themen, die in Interviews typischerweise immer wieder angesprochen würden, also um einen Vorgang, der in der Presse tagtäglich in verschiedenen Formen vorkomme. Die Beschwerde sei unbegründet.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Art des Interviews ist nicht von einem öffentlichen Informationsinteresse gedeckt. Die Passage, in der die Interviewte ausführlich über das Thema Epilieren und ein konkretes Gerät des genannten Herstellers spricht, von dem auch ein Foto gezeigt wird, überschreitet eindeutig die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex. Es entsteht ein eindeutiger Werbeeffekt für das genannte Gerät. Auch die Passage zu der Modekollektion des Models ist Schleichwerbung. Zwar ist im Zuge eines Interviews unter presseethischen Gesichtspunkten nicht zu beanstanden, dass dieses Thema angesprochen wird, doch geht es zu weit, in diesem Zusammenhang auf die konkreten Bezugsquellen in Internet hinzuweisen.

Aktenzeichen:1342/20/3
Veröffentlicht am: 01.01.2021
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge