presserat

Die Gäste schadstoffarm nach Hause gebracht

Nennung von Hersteller und Wagentyp ist noch akzeptabel

Ein Nachrichtenmagazin veranstaltet ein Fest, über das es ausführlich berichtet. Der letzte Satz des Artikels lautet: „Nach dem Feiern brachte ein VW-Wagenservice mit CO2-armen Passats Blue Motion die Gäste nach Hause.“ Ein Leser sieht den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex mit dieser Aussage verletzt. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Es entstehe ein Werbeeffekt für den VW-Konzern und die Marke VW-Passat. Die Leser wären auch umfassend informiert worden, wenn es geheißen hätte: „Nach dem Feiern brachte ein Wagenservice mit schadstoffarmen Autos die Gäste nach Hause.“ Nach Auskunft der Chefredaktion hat weder der Autor des Beitrags noch die Redaktion insgesamt mit der Organisation des Festes etwas zu tun gehabt. Der Autor habe auch keinen Kontakt mit VW gehabt. Er habe die Firma und die Fahrzeuge nicht erwähnt, weil er VW einen Gefallen tun wollte, sondern allein aus der Überlegung heraus, dass es vor dem Hintergrund der aktuellen Klimadebatte für die Leser von Interesse sein könnte, dass bei dem Fest auf klimafreundlichen Transport geachtet worden sei. Die Angabe im Artikel diene allein Informationszwecken. In einer wesentlich von Markenprodukten geprägten Welt sei auch die Nennung von Marken in der redaktionellen Berichterstattung geradezu unvermeidlich. Die vom Beschwerdeführer dargelegte Formulierung sei bei weitem nicht gleichwertig. Hier hätten die Leser raten müssen, um welche Fahrzeuge es sich gehandelt habe. Dabei hätten die meisten wohl falsch getippt. Die Leser hätten zu Recht erfahren, dass es sich um Passat-Limousinen gehandelt habe. (2007)

Der letzte Satz des Beitrags enthält keine Schleichwerbung im Sinne der Ziffer 7, Richtlinie 7.2, des Pressekodex. Der Presserat erklärt die Beschwerde deshalb für unbegründet. Bei der Nennung von Hersteller und Wagentyp handelt es sich um einen zulässigen redaktionellen Hinweis. Die Mehrheit des Beschwerdeausschusses ist der Auffassung, dass der Hinweis unter dem Gesichtspunkt des Leserinteresses noch akzeptabel ist. (BK1-151/07)

Aktenzeichen:BK1-151/07
Veröffentlicht am: 01.01.2007
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet