presserat

Radfahrerurlaub und Schleichwerbung

Im redaktionellen Teil ein Motiv aus der Anzeige verwendet

Im Sonderheft einer Radfahrer-Zeitschrift erscheint ein Artikel unter der Überschrift „Radurlaub mit dem Nachtreisezug“. Darin wird über den Nachtzug CityNightLine der Deutschen Bahn berichtet. Im gleichen Heft erscheint eine Anzeige für die CityNightLine. Ein zweiter Artikel beschäftigt sich mit Radurlaub auf Mallorca. Die Veröffentlichung enthält Hinweise auf das Radsportpaketangebot eines bestimmten Reiseveranstalters sowie auf dessen Internetadresse. Im Anschluss an den Beitrag folgt eine Anzeige dieses Veranstalters, in der für die im Text bereits erwähnten Angebote geworben wird. Ein Leser sieht in beiden Veröffentlichungen Schleichwerbung. Er ruft den Deutschen Presserat an. Im Beitrag über die CityNightLine sei besonders auffällig, dass der redaktionelle Beitrag mit einem Motiv aus der Anzeige illustriert sei. Zu dem Mallorca-Artikel merkt der Beschwerdeführer an, dass in diesem Beitrag durchweg das Angebot des einen Veranstalters dargestellt und geradezu beworben werde. Eine Stellungnahme der Redaktion liegt nicht vor. (2007)

Die Zeitschrift hat mit ihrem Beitrag über den Nachtreisezug gegen den Grundsatz der Trennung von Redaktion und Werbung nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen. Der Presserat spricht eine öffentliche Rüge aus. Der Vorspann des monierten Beitrages besteht aus dem Text einer Anzeige der Bahn aus dem gleichen Heft. Darin enthaltene Formulierungen wie „Erst verladen Sie Ihre Räder im Handumdrehen zu erstaunlich günstigen Preisen“ und „Umsatteln lohnt sich…“ sind eindeutig werblicher Natur. Die Redaktion hat den Beitrag außerdem mit einem Foto illustriert, das ebenfalls der Anzeige der Bahn entnommen ist. Der Beschwerdeausschuss weist in diesem Zusammenhang auf den letzten Satz der Richtlinie 7.2 hin, in dem es heißt, dass die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material gebietet. Diese Sorgfalt ist aus Sicht des Presserats in diesem Fall nicht gegeben. Durch die Verwendung des PR-Materials liegt im konkreten Fall Schleichwerbung vor. Auch im zweiten Artikel wird Schleichwerbung betrieben. Hier wird ausschließlich auf das Angebot eines einzigen Anbieters hingewiesen. Ohne eine redaktionelle Begründung wird ein Angebot unter vielen hervorgehoben. Dadurch entsteht ein Wettbewerbsvorteil für diesen Anbieter gegenüber Veranstaltern, die ebenfalls Radreisen nach Mallorca im Programm haben. Das ist Schleichwerbung.

(BK1-77/07)

Aktenzeichen:BK1-77/07
Veröffentlicht am: 01.01.2007

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge