

Gummibärchen-Firma genannt

Eigeninteresse des Nachrichtenmagazins hinreichend kenntlich gemacht

„Aushilfslehrer Gottschalk“ steht über dem Bericht eines Nachrichtenmagazins über eine Aktion des TV-Unterhalters, der im Rahmen eines Projekts „Stars für die Schule“ in einem Gymnasium Rhetorik-Tipps gab. In dem Bericht wird erwähnt, dass Gottschalk vom Gummibärchen-Hersteller Haribo eingeflogen worden war. In zwei späteren Ausgaben veröffentlicht das Magazin Fragebögen, die von Unterhaltungskünstlern beantwortet werden. Auf die Frage: „Was ist für Sie eine Versuchung?“ nennen sie Haribo-Produkte. Ein Leser sieht in den Erwähnungen der Firma Schleichwerbung. Für die Chefredaktion ist es grundsätzlich zulässig, wenn Wirtschaftsunternehmen als Sponsoren gemeinnütziger Aktivitäten erwähnt werden. Für die Aktion „Stars in der Schule“ hätten sich mehrere Prominente zur Verfügung gestellt. Wenn Unternehmen eine solche Aktion unterstützten, dürfe die Öffentlichkeit auch davon erfahren. In dem Artikel - so der Chefredakteur – sei die Verbindung klar zum Ausdruck gekommen. Sicher hätte man die Hintergründe ausführlicher erläutern können, Haribo wäre dann aber zwangsläufig auch als Sponsor stärker herausgestellt worden. Auf die Fragebogenaktion teilt der Chefredakteur in einer ergänzenden Stellungnahme mit, dass solche Fragebögen üblich seien und die Redaktion auf die Antworten naturgemäß keinen Einfluss hätte. (2008)

Das Nachrichtenmagazin hat nicht gegen den Pressekodex verstoßen. Die Beschwerde ist unbegründet. In Ziffer 7 ist festgehalten, dass bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, dieses erkennbar sein muss. Aus der Veröffentlichung geht klar hervor, dass es sich bei der Aktion „Stars für die Schule“ um eine Aktion des Magazins handelt. Das Eigeninteresse wird für den Leser also deutlich. Auch in der Erwähnung zweier Haribo-Produkte in den Fragebögen erkennt der Presserat keine Verletzung des Trennungsgrundsatzes. Die Grenze zur Schleichwerbung wurde in diesem Fall nicht überschritten, da die Redaktion lediglich das wiedergibt, was die Befragten geantwortet haben. Wenn beide TV-Künstler ein Haribo-Produkt nennen, so kann dies den Lesern mitgeteilt werden. (BK1-91/08)

Aktenzeichen: BK1-91/08

Veröffentlicht am: 01.01.2008

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

Entscheidung: unbegründet