

Mit dem Link war es Schleichwerbung

Zeitung muss handwerkliche Mängel einräumen

Eine Zeitung veröffentlicht unter der Überschrift "Von Wand zu Wand" einen Artikel, der sich mit den Gestaltungsmöglichkeiten von Wandschränken beschäftigt. Der Berater und Verkäufer kommt zu Wort. Am Ende des Textes erscheint die Internetadresse. Eine Konkurrenzfirma kritisiert, der Artikel sei eine Schleichwerbung für den im Text erwähnten "Berater und Verkäufer". Dieser sei zudem selbst Ladeninhaber. Der Link am Ende des Textes führe zu seinem Geschäft. Der Beschwerdeführer äußert die Vermutung, dass der Ladeninhaber eine Leistung für die Berichterstattung erbracht habe. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Chefredaktion der Zeitung übersendet die Kopie eines Briefes, den sie an den Beschwerdeführer geschickt hat. Sie bekennt darin, dass dessen Kritik leider zutreffend ist. Es gebe jedoch auf Seiten der Zeitung keinen Verstoß. Der "Berater und Verkäufer" habe sich als unabhängiger Berater vorgestellt. Die Autorin des Beitrages habe die Sachlage nicht erkannt, obwohl dies möglich gewesen wäre. Dies bedauere man sehr. Die Chefredaktion betont, dass sie dem Beschwerdeführer ein Kompensationsangebot unterbreitet habe. Die in dessen Schreiben vermuteten Gegenleistungen habe es jedoch nicht gegeben. Eine solche Unterstellung weise die Chefredaktion aufs schärfste zurück. Die handwerklichen Mängel habe man mit der Autorin besprochen, so dass man davon ausgehen könne, dass sich Ähnliches nicht wiederholen werde. (2006)

Der Presserat sieht in der Veröffentlichung Schleichwerbung und damit einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex, in dem die strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten definiert ist. Der Beschwerdeausschuss verkennt durchaus nicht, dass das Thema Schrankwände beim Leser auf Interesse stoßen kann. Für sich gesehen ist der Beitrag keine Schleichwerbung. Diese liegt aber in der Nennung der Firmen-Internetadresse. Mit dem Link wird das spezielle Angebot aus dem Gesamtangebot auf diesem Sektor hervorgehoben. Das ist Schleichwerbung. Der Presserat hält den Verstoß gegen Ziffer 7 für so schwerwiegend, dass er eine Rüge ausspricht. Die Redaktion wird gebeten, diese in einer ihrer nächsten Ausgaben gemäß Ziffer 16 des Pressekodex zu veröffentlichen. (BK2-118/06)

Aktenzeichen: BK2-118/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: öffentliche Rüge