presserat

Sechs Seiten für einen Hausbauer

Fachzeitschrift stellt redaktionell die Produkte einer einzigen Firma vo

Eine Immobilien-Fachzeitschrift veröffentlicht einen sechsseitigen Beitrag zum Thema „Bauhaus-Architektur heute“ mit der Überschrift „Innovation und modernes Wohnen“. Vorgestellt werden ausschließlich Häuser im Bauhaus-Stil eines einzigen Herstellers. Auch ein Hinweis auf die Homepage der Firma ist im Artikel enthalten. Das Heft enthält eine Anzeige des Haus-Bauers. Ein Leser vermutet, Beitrag und Anzeige stünden in einem Zusammenhang. Die Redaktion gibt zu der Beschwerde keine Stellungnahme ab. (2008)

Der Presserat sieht Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) verletzt und spricht eine öffentliche Rüge aus. Der sechsseitige Beitrag stellt ausschließlich Häuser eines Herstellers vor. Die Redaktion nennt die Homepage des Unternehmens. Es ist redaktionell nicht begründet, einen einzelnen Anbieter in dieser Weise vorzustellen. Andere Firmen bauen auch vergleichbare Fertighäuser. Somit ist kein Alleinstellungsmerkmal erkennbar, das es rechtfertigen würde, einen Haus-Bauer hervorzuheben. Die ohnehin schon erkennbare Schleichwerbung wird durch den Hinweis auf die Homepage noch verstärkt. Über den Fertighaus-Produzenten kann redaktionell berichtet werden, wenn der Beitrag auch die Bauhaus-Häuser anderer Anbieter berücksichtigt. Dann läge ein umfassender Überblick über das Marktangebot vor. Dies wäre von einem öffentlichen Interesse gedeckt. Wenn jedoch nur ein Anbieter exklusiv vorgestellt wird, ohne dass die Redaktion dies sachlich begründet, ist das ein Fall von Schleichwerbung. (BK2-197/08)

Aktenzeichen:BK2-197/08
Veröffentlicht am: 01.01.2008
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge