presserat

Werbung für Dienstleister

Ratgebermagazin überschreitet die Grenze zur Schleichwerbung

Eine Zeitschrift, die sich als Ratgeber für Haus, Wohnung und Garten versteht, veröffentlicht eine Reihe von Artikeln über eine Datenbank für Baufinanzierung, Finanzierungsangebote einer Bank, Eigenheimfinanzierung durch Fonds sowie Bausparkassen. Ein Leser ist der Meinung, dass es sich bei den Beiträgen um als redaktionellen Text getarnte Werbung handelt. Er legt Beschwerde beim Deutschen Presserat ein. Die Redaktionsleitung der Zeitschrift erklärt, dass die Zeitschrift ein Ratgebermagazin sei. In diesem Zusammenhang sei es selbstverständlich, dass man auch interessante Produkte und Dienstleistungen vorstelle. Dies würden Bauherren und Eigenheimbesitzer auch erwarten. Dabei gebe es selbstverständlich auch konkrete Hinweise auf Dienstleister, die man in der Redaktion für empfehlenswert halte. So z.B. der bemerkenswerte Service eines Unternehmens, das Bauherren die Nutzung einer firmenunabhängigen Datenbank für die jeweils günstigste Finanzierung anbiete. Des weiteren stelle man verschiedene Finanzdienstleister vor, die sich immer wieder durch besonderen Service oder Konditionen hervorgetan hätten und verschiedentlich auch von der Stiftung Warentest positiv hervorgehoben worden seien. Ein Beitrag beschäftige sich mit dem Thema Chancen und Risiken der Fondstilgung. Darin werde jedoch an keiner Stelle auf Dienste oder Konditionen eines bestimmten Unternehmens hingewiesen. Bei der Nennung des Autors werde das Unternehmen angegeben, für das der Experte tätig sei. Dies sei ein durchaus übliches Verfahren. (2002)

Nach Meinung des Presserats handelt es sich bei den vorgelegten Beiträgen um Schleichwerbung, da sie über eine noch tolerierbare Berichterstattung über Firmenangebote und das Informationsinteresse der Leser hinausgehen. Die Nennung von Firmen, Banken bzw. Bausparkassen ist zwar generell nicht zu beanstanden, jedoch entsteht bei der Lektüre der vorliegenden Artikel der Eindruck, als würden sie auf Werbebroschüren der entsprechenden Unternehmen beruhen. Die Veröffentlichung der jeweiligen Firmenlogos sowie teilweise der Kontaktadressen stützen diesen Eindruck Der Presserat reagiert auf diesen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex mit einer öffentlichen Rüge. (B 8/02)

Aktenzeichen:B 8/02
Veröffentlicht am: 01.01.2002
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge