

## Werbung für einen Reiseveranstalter

### Das Leistungsspektrum der Firma wird ausführlich dargestellt

Ein Leser stößt bei der Lektüre seiner Regionalzeitung auf vier Fälle von Schleichwerbung und teilt seine Bedenken dem Deutschen Presserat mit. In einem Artikel unter der Überschrift "Mallorca buhlt wieder um die Kegelbrüder" wird auf ein deutsches Reiseunternehmen verwiesen, das seit 30 Jahren "Ballermann"-Reisen organisiere und in diesem Segment unangefochten Marktführer sei. In einem Beitrag über "Europas größte Kegelparty" in der Halle Münsterland wird erwähnt, dass die Hauptpreise der täglichen Clubwettkämpfe aus vielfältigen und unterhaltsamen Reisen des selben Unternehmens bestehen. In einem Beitrag über Krk, die "vergessene Adria-Insel", wird der General-Manager eines Hotels zitiert, der sich weitere Gesprächspartner wie den bereits mehrfach erwähnten deutschen Reiseunternehmer wünscht. Dem Beitrag beigelegt ist ein Interview mit dem Produktmanager des "feinen" Reiseveranstalters, der das breite Leistungsspektrum seiner Firma erläutert. In einem der Texte wird auf eine Website hingewiesen, die – wenn man sie anklickt – zu dem Touristikunternehmen führt. Die Chefredaktion der Zeitung beteuert, dass dem Verlag keinerlei Vorteile durch die nicht zu Unrecht bemängelte Mehrfachnennung des Reiseunternehmens entstanden seien. Der Beitrag über die Keglertreffen auf Mallorca basiere auf einem Agenturbericht. Die Kegeltrouren des Reiseveranstalters seien ebenso wie die Großveranstaltung in der Halle Münsterland in der Region ein Begriff. Auf das Interesse der Leser stoße auch der Text über die Insel Krk, weil bei der großen Kegelparty Reisen dorthin zu gewinnen waren. Das Interview dazu habe man sich allerdings journalistischer gewünscht. (2003)

Der Beschwerdeausschuss ist der Auffassung, dass der Artikel unter der Überschrift "Mallorca buhlt wieder um die Kegelbrüder" eine zulässige Branchen- und Unternehmensberichterstattung ist. Die weiteren Beiträge, die der Beschwerdeführer vorlegt, stellen dagegen in ihrer Massierung Schleichwerbung dar. Die Veröffentlichungen füllen die Seite "Hintergrund" vollständig und berichten über das Angebot des Reiseveranstalters so ausführlich, dass die Grenze zur Schleichwerbung überschritten wird. Ein begründetes öffentliches Interesse an einer Berichterstattung in diesem Umfang kann der Beschwerdeausschuss nicht erkennen. Das Gremium reagiert auf diesen eindeutigen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex mit einer Missbilligung. (B1-200/03)

(Siehe auch "Reisebericht" B1-201/03)

**Aktenzeichen:**B1-200/03

**Veröffentlicht am:** 01.01.2003

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

**Entscheidung:** Missbilligung