presserat

Leser vermutet Product Placement

Zeitung berichtet über 40 Jahre Mitgliedschaft in einer Krankenkasse

Unter der Überschrift „Leiterin der Frühförderstelle ab Herbst in Altersteilzeit“ berichtet eine Regionalzeitung dreispaltig über eine Personalie. Das beigestellte Bild zeigt die Frau zusammen mit dem Bezirksgeschäftsführer einer Krankenkasse, deren Mitglied sie laut Bildtext nun seit 40 Jahren ist. Der Geschäftsführer überreicht fotogerecht eine Urkunde. Der Beschwerdeführer sieht in der Berichterstattung Schleichwerbung für die Krankenkasse durch ein Product Placement. Er ergänzt seine Beschwerde durch den Hinweis, dass die Zeitung die Krankenkasse häufig erwähne. Andere Kassen würden benachteiligt. Der stellvertretende Chefredakteur der Zeitung weist den Vorwurf der Schleichwerbung zurück. Bei der in der Bildunterzeile getroffenen Aussage handele es sich um eine legitime Zusatzinformation anlässlich des nahenden Ruhestandes der Frau. (2007)

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Berichterstattung keinen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex. Dort ist das Gebot der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten definiert. Die Beschwerde ist unbegründet. Zwar stellt sich dem Presserat die Frage, ob die 40-jährige Mitgliedschaft in einer Krankenkasse zum Bericht über die Pensionierung einer Angestellten gehört. Unabhängig davon ist die Erwähnung der „40-jährigen Treue“ jedoch keine Schleichwerbung im Sinne der Richtlinie 7.2. Wenn die Redaktion der Ansicht ist, dass es sich um eine interessante Zusatzinformation handelt, so ist nicht zu kritisieren, wenn sie diese veröffentlicht. Der Trennungsgrundsatz wird dadurch nicht verletzt. (BK2-53/07)

Aktenzeichen:BK2-53/07
Veröffentlicht am: 01.01.2007
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet