presserat

Werbung für Küchenprodukte

Text über Küchenmöbel neben der Anzeige des Herstellers

Auf ihrer Seite “Wohnen & Design” berichtet eine Tageszeitung unter der Überschrift “Wenn die Küche schwebt” über die neue Funktionswand eines Küchenherstellers, welche die Möbel von den Füßen befreie und sehr leicht daher komme. Unter der Überschrift “Viele Geräte ergeben einen Herd” werden die vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten einer neuen Kochfeldserie einer anderen Firma aufgezeigt. Und unter der Überschrift “Nie mehr abwaschen” wird die 75jährige Geschichte eines elektrischen Geschirrspülers geschildert und die neue Gerätegeneration beschrieben, die demnächst auf den Markt kommt. Unter den Anzeigen, die auf der Seite veröffentlicht sind, befindet sich auch eine Werbung des im Text erwähnten Küchenherstellers. Ein Leser des Blattes kritisiert in einer Beschwerde beim Deutschen Presserat den werbenden Charakter der drei redaktionellen Artikel. Sie handelten ausschließlich von jeweils einer namentlich genannten Produktserie der drei Hersteller. Die werbliche Funktion zeige sich darin, dass die einzelnen Produkte unkritisch beschrieben und die Texte mit bis zu vierspaltigen Werbefotos verknüpft seien. Der Beitrag über die neue Küchenserie enthalte zudem einen Hinweis auf die Internetseite des Herstellers. Neben dem Text sei sogar eine Anzeige der Firma platziert, was den Verdacht entstehen lasse, dass hier ein Kopplungsgeschäft vorliege. Der Redaktionsdirektor der Zeitung räumt ein, dass die kritisierte Seite nicht den in seinem Hause geltenden Grundsätzen entspreche. Auf der Seite “Wohnen & Design” würden regelmäßig neue Produkte in anspruchsvollem Design vorgestellt. Dabei sei es auch unerlässlich, den Hersteller des jeweiligen Produkts exakt zu benennen. Auch Fotos von Produkten seien – soweit sie für die Leserinformation wichtig seien – im Rahmen dieser Berichterstattung zulässig. Dies gelte auch für das Titelfoto der genannten Küche, allerdings schon nicht mehr für die beiden Detailfotos. Auch der Hinweis auf die Internetseite des Herstellers sei überflüssig. Ebenfalls in dieser Form nicht korrekt seien die Texte über Geschirrspüler und Herd. In beiden Fällen hätten sich, wenn überhaupt, auch die Nennung anderer Hersteller angeboten. Einen Zusammenhang zwischen der Anzeige und dem Text über die Kücheneinrichtung gebe es nicht. Der Vertreter des Küchenherstellers, bei dem der Autor des Artikels recherchiert habe, habe diesem explizit mitgeteilt, dass er nicht vorhabe zu inserieren. Der Redakteur habe sich daher in der Themenwahl frei gefühlt. Erst beim Umbruch der Seite sei die Redaktion mit der Anzeige konfrontiert worden. Der Händler habe hier in einer zweifellos geschickten Art und Weise seinen Wissensvorsprung genutzt. Es sei in der Tat nicht zu bestreiten, dass solche unfreiwilligen Kombinationen sehr unschön seien. Die Chefredaktion stimme dem Vorwurf des Beschwerdeführers, hier liege ein Kopplungsgeschäft vor, nicht zu, teile aber den Eindruck, dass im vorliegenden Fall die Trennung von Text- und Anzeigenteil insgesamt verwischt worden sei. Dies

bedauere man. (2004)

Die Beschwerdekammer 2 des Presserats wirft der Zeitung vor, mit der Veröffentlichung ihrer Seite “Wohnen & Design” gegen den Grundsatz der Trennung von Werbung und redaktionellem Text, also gegen Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen zu haben. Sie spricht gegen das Blatt eine öffentliche Rüge aus. Nach Ansicht des Gremiums gehen die Erläuterungen der hier vorgestellten Produkte bei weitem über das in Richtlinie 7.2 festgehaltene Informationsinteresse der Leser hinaus. In der detaillierten und unkritischen Beschreibung von jeweils einem Produkt eines bestimmten Herstellers in Kombination mit verschiedenen Fotos erkennt die Kammer eindeutige Schleichwerbung. Im Falle des Küchenherstellers kommt erschwerend hinzu, dass direkt neben dem Artikel eine Anzeige dieser Firma veröffentlicht wurde. (BK2-154/04)

Aktenzeichen:BK2-154/04
Veröffentlicht am: 01.01.2004
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge