presserat

Die Apfelschorle war neu auf dem Markt

Hinweis einer Zeitschrift auf das Getränk ist deshalb vertretbar

Eine Zeitschrift berichtet über eine bestimmte Apfelschorle. Der Hersteller wird genannt, das Produkt abgebildet, der Preis genannt. Ein Leser sieht in der Veröffentlichung Schleichwerbung. Ein Informationsinteresse an der Vorstellung des Getränks ist nach seiner Auffassung nicht zu erkennen. Es gebe zahlreiche vergleichbare Produkte am Markt. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Chefredaktion teilt mit, das vorgestellte Produkt sei neu auf dem Markt. Neuheiten vorzustellen, sei auch in anderen Zeitschriften üblich. Für das spezielle Getränk habe man sich entschieden, weil es für den Leser interessant sei zu erfahren, dass die Schorle frei sei von Konservierungsmitteln, Aromastoffen und Zuckerzusatz. Zudem stammten die verwendeten Äpfel aus biologischem Anbau. (2007)

Die Zeitschrift hat nicht gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte Trennungsgebot verstoßen. Die Beschwerde ist unbegründet. Schleichwerbung liegt in diesem Fall nicht vor, da es sich bei der Schorle um ein neues Produkt handelt, zu dessen Produktion Äpfel aus biologischem Anbau verwendet werden. Angesichts dieses Merkmals kann ein begründetes öffentliches Interesse am Hinweis auf das Getränk bestehen. Die Erwähnung ist vertretbar. (BK2-173/07)

Aktenzeichen:BK2-173/07
Veröffentlicht am: 01.01.2007
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet