presserat

Werbende Passage für Markt geht zu weit

Zeitung bringt Aussage „Hier gibt es für jeden Geschmack etwas“

Eine Regionalzeitung veröffentlicht unter der Überschrift „Der ´famila´-Markt heißt jetzt ´Kaufland´“ einen Artikel über die Eröffnung der dritten Kaufland-Filiale am Ort. Der Beitrag enthält eine ausführliche und positive Beschreibung des Angebots des Verbrauchermarktes. So unter anderem die Formulierung „von der Discount-Marke ´K-Classic´ über die für bewusste Ernährung konzipierte Marke „K-Classic Well You“ und die auf biologische Produkte spezialisierte „K-Bio“ – „Hier gibt es für jeden Geschmack etwas.“ Ein Leser der Zeitung ist der Auffassung, dass in der Veröffentlichung in werbender Weise über den Verbrauchermarkt berichtet wird. Der Beitrag hätte nach seiner Meinung als Anzeige gekennzeichnet sein müssen. Die Chefredaktion der Zeitung sieht in dem Beitrag keine Schleichwerbung, sondern eine relevante Verbraucherinformation. Wenn eine der größten „Shopping-Malls“ der Stadt, die seit Jahrzehnten unter dem Namen „famila“ geführt werde, plötzlich den Namen ändere und „Kaufland“ heiße, so sei die Information über diesen Vorgang für den Leser von Interesse. Dass in diesem Zusammenhang über die künftige Sortimentsstruktur oder die geänderten Einkaufszeiten einmalig informiert werde, ohne im Detail Preisbeispiele zu nennen, halte man ebenfalls für richtig. (2010)

Die in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten ist in diesem Fall missachtet worden. Der Beschwerdeausschuss spricht einen Hinweis aus. Zwar ist das Gremium übereinstimmend der Auffassung, dass die Namensänderung sowie die damit verbundene Änderung des Sortiments der Verbrauchermarktkette durchaus von öffentlichem Interesse sind. Darüber kann berichtet werden. Allerdings ist mit der Formulierung „Hier gibt es für jeden Geschmack etwas“ die Grenze zur Schleichwerbung nach Ziffer 7.2 überschritten worden. Diese redaktionelle Behauptung ist weder eine sachliche Beschreibung des Angebots noch eine auf Tatsachen gestützte Bewertung. Sie ist eine reine Werbeaussage. (0106/10/1-BA)

Aktenzeichen:0106/10/1-BA
Veröffentlicht am: 01.01.2010
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Hinweis