presserat

Wettbewerbsvorteil für einen Ausrüster

Mannschaftsfotos um Motiv aus einer Anzeige „bereichert"

Eine Fachzeitschrift veröffentlicht in ihrem WM-Sonderheft 2010 Fotos der an der Endrunde der Fußballweltmeisterschaft teilnehmenden 32 Mannschaften. Auf den Bildern der sieben Teams, die von Puma ausgerüstet wurden, sind in vier Fällen der Schriftzug „Puma" sowie eine Silhouette des afrikanischen Kontinents zu sehen. Die anderen drei Fotos enthalten ein stilisiertes Herz und einen Fußball. Diese Motive sind einer Puma-Anzeige entnommen, die ebenfalls in dieser Ausgabe veröffentlicht wurde. Der Beschwerdeführer, ein Leser der Zeitschrift, teilt mit, dass die von Puma ausgestatteten Mannschaften mit derartigen zusätzlichen Elementen gezeigt würden. Er vermutet eine bewusst gesteuerte Werbung für die Sportartikel-Firma. (2010)

Mit der Bildveröffentlichung hat die Sportzeitschrift gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Prinzip der strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Es liegt Schleichwerbung im Sinne der Richtlinie 7.2 des Pressekodex vor. Der Presserat spricht eine öffentliche Rüge aus. Der Beschwerdeausschuss kann nicht nachvollziehen, warum auf den Fotos der von Puma ausgerüsteten Mannschaften in vier Fällen der Schriftzug „Puma“ sowie in drei Fällen Grafiken aus einer Anzeige des Ausrüsters enthalten waren. Durch den Schriftzug bzw. die Grafiken entsteht ein eindeutiger Werbeeffekt für das Unternehmen. Der Ausrüster erhält einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Sportartikelherstellern, die ebenfalls Nationalmannschaften ausgerüstet hatten. Die somit vorliegende Schleichwerbung ist ein deutlicher Verstoß gegen den Pressekodex. Der Presserat bedauert, dass die Redaktion zu der Beschwerde nicht Stellung genommen hat. Für die Mitglieder des Beschwerdeausschusses wäre es von großem Interesse gewesen zu erfahren, warum auf den Fotos die genannten Hinweise zu sehen waren. (0443/10/2-BA)

Aktenzeichen:0443/10/2-BA
Veröffentlicht am: 01.01.2010
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge