presserat

„Hauch von Magie“ ist Schleichwerbung

Barbara Beckers Schmuck-Kollektion redaktionell angepriesen

Ein Livestyle-Magazin berichtet über einen Besuch von Barbara Becker (Ex-Frau von Boris Becker) in der Redaktion. In diesem Zusammenhang beschreibt das Blatt eine Schmuck-Kollektion von Frau Becker in Wort und Bild. Es macht auch detaillierte Preisangaben. Der Beitrag enthält Formulierungen wie „Design für die Sinne“, „Zaubert einen Hauch Magie in den Alltag“ und „Davon kann Frau nie genug bekommen“. Am Ende der Veröffentlichung folgt ein Beitrag, in dem ein Gewinnspiel beschrieben wird, bei dem drei Colliers aus der Becker-Kollektion verlost werden. Dabei wird auch die E-Mail-Adresse der Bezugsquelle genannt. Ein Leser des Magazins sieht in der Veröffentlichung von Preisen und Fotos der Schmuckstücke einen Fall von Schleichwerbung nach Ziffer 7 des Pressekodex. Er moniert die werblichen Formulierungen im Text. Gegen das Trennungsgebot verstoße auch die Nennung der Bezugsquelle. Die Chefredakteurin der Zeitschrift teilt mit, dass die Redaktion häufig Prominenten einen Redaktionsbesuch anbiete und versuche, diese als Gast-Chefredakteure zu gewinnen. Im vorliegenden Fall habe Barbara Becker für einen Tag die Redaktion besucht und als Gastredakteurin fungiert. Sie habe an der Konferenz teilgenommen, Fotos ausgesucht und Layouts bewertet. Mittlerweile sei Frau Becker längst nicht mehr nur die Ex-Frau eines früheren Tennis-Stars, sondern habe sich als Geschäftsfrau und Designerin einen Namen gemacht. Die Redaktion habe „den Kosmos von Barbara Becker“ vorstellen wollen, wobei die neue Schmuck-Kollektion der aktuelle Bezug gewesen sei. Das sei bei Interviews durchaus üblich. Im Kontext dieser Vorstellung habe man auch Preise und Bezugsquelle genannt, was von den Lesern erwartet werde. Bei Schauspielern oder Musikern, die gerade einen neuen Filme gedreht oder eine DVD produziert hätten, würde ebenso verfahren. (2013)

Die Zeitschrift hat gegen Ziffer 7 (Trennungsgebot) verstoßen, weshalb der Beschwerdeausschuss eine öffentliche Rüge ausspricht. Die von der Redaktion gewählte Form der Präsentation von Barbara Beckers Schmuck-Kollektion ist nicht mehr von einem öffentlichen Interesse gedeckt. Mehrere Formulierungen im Text haben eindeutig werblichen Charakter. Fotos, Preisangaben und die Nennung der Bezugsquelle lassen den Eindruck entstehen, als handele es sich um einen Verkaufskatalog. Durch diese Art der Präsentation wird die Grenze zwischen einer sachlichen Information des Lesers und Schleichwerbung deutlich überschritten. (0038/13/1)

Aktenzeichen:0038/13/1

Veröffentlicht am: 01.01.2013
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge