presserat

Schauspielerinnen auf Auto-Testfahrt

Zeitschrift lässt im Interview für einen Hersteller Werbung machen

Eine Automobil-Fachzeitschrift veröffentlicht ein Interview mit vier deutschen Schauspielerinnen, die von einem Auto-Hersteller zu einer Testfahrt mit einem neuen Fahrzeug nach Korsika eingeladen worden sind. Alle vier – so berichtet die Redaktion – seien auch privat mit Autos des Herstellers unterwegs. Die Redaktion zeigt ein Foto des bei der Testfahrt benutzten Wagens. Ein Leser der Zeitschrift sieht in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung. In dem Gespräch mit den vier Frauen würden unterschwellig die Produkte eines namentlich genannten Herstellers beworben. Die Zeitschrift zeige das neue Fahrzeug dieses Herstellers. Der Chefredakteur der Zeitschrift rechtfertigt die Veröffentlichung mit dem Hinweis, dass die Redaktion unter der Rubrik „Menschen“ Frauen mehr Raum geben wolle. Nachdem man in der Vergangenheit vor allem Männer vorgestellt habe, habe die Redaktion es für überfällig gehalten, Frauen zu interviewen und ihr Interesse und ihre Erfahrung mit Autos schildern zu lassen. Dabei habe es sich angeboten, vier bekannte Schauspielerinnen den Lesern zu präsentieren. Daran, dass die Interviewten vor einem Wagen des genannten Herstellers fotografiert worden seien, könne er nichts Verwerfliches finden. Es sei wohl nicht überraschend, dass in einer Automobil-Zeitschrift auch Autos im Bild gezeigt würden.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung eine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen Gebots der strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung (Richtlinie 7.2) wurde deutlich überschritten. Die vier Schauspielerinnen äußern sich lobend über Fahrzeuge eines namentlich genannten Herstellers. Mindestens zwei von Ihnen sind sogenannte „Markenbotschafterinnen“ der Firma. Der Beitrag enthält zudem auch Pressefotos des Herstellers. Eine solche Markenplatzierung geht weit über das Informationsinteresse der Leser hinaus.

Aktenzeichen:0486/19/3
Veröffentlicht am: 01.01.2019
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge