presserat

Ein Sex-Spielzeug sehr positiv beschrieben

Grenze zur Schleichwerbung wurde deutlich überschritten

Ein Livestyle-Magazin berichtet unter der Überschrift „Arcwave Ion: dieses Sextoy für Männer beschert einen so intensiven Orgasmus wie der einer Frau“ über ein neues Sexspielzeug. Das Produkt wird im Beitrag sehr positiv beschrieben. Ein Leser des Blattes moniert, es handele sich hier um eine plumpe Schleichwerbung, ohne dass der Artikel als Werbung gekennzeichnet wäre. Die Autorin schwärme von einem Sextoy, ohne dafür plausible Gründe zu liefern. Der Chefredakteur – hier Editor in Chief genannt – widerspricht der Beschwerde. Es gehe hier nicht um Werbung. Vielmehr sei der kritisierte Beitrag rein redaktionell. Der angegebene Link zum Laden sei ein Service für die Leser.

Der Beschwerdeausschuss erkennt einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgehaltene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht eine Missbilligung aus. Nach Richtlinie 7.2 dürfen Veröffentlichungen über Produkte nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Selbst unter der Voraussetzung, dass das hier vorgestellte Produkt ein Alleinstellungsmerkmal hat, ist die redaktionelle Besprechung nicht nur durchweg positiv, sondern in einer so werblichen Darstellung erfolgt, dass die Grenze zur Schleichwerbung deutlich überschritten wurde.

Aktenzeichen:1041/20/3
Veröffentlicht am: 01.01.2020
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung