

Fernsehzeitschrift macht Schleichwerbung für Tabakkonzern

Firmenmanager zu unkritisch über E-Zigaretten interviewt

Eine Fernsehzeitschrift veröffentlicht ein Interview mit dem Deutschlandchef eines internationalen Tabakkonzerns. Darin geht es vor allem um die E-Zigaretten des Unternehmens. Diese „Rauch-Alternative“ solle mehr und mehr Kunden „weg von Glimmstängeln und hin zu einer weniger gesundheitsschädlichen Form des Rauchens bringen“, so der redaktionelle Vorspann.

Der Beschwerdeführer betrachtet die Veröffentlichung als Schleichwerbung. Er vermutet, dass es sich um ein von dem Unternehmen selbst vorproduziertes PR-Interview handelt. Zudem weist er darauf hin, dass alle verwendeten Fotos von dem Unternehmen stammen. - Die Zeitschrift verteidigt sich: Ähnlich wie die Autoindustrie, die den Weg von Verbrennermotoren zu ökologischen Alternativen finden müsse, befinde sich auch die Tabakindustrie in einem Veränderungsprozess. Ein Interview zu diesem Thema sei von öffentlichem Interesse. Dass ein Gespräch mit einem Konzernmanager auch die Nennung seines Unternehmens und seiner Produkte beinhalte, sei unvermeidbar. Der Beitrag sei auch nicht unkritisch. Vor allem werde auf die Gesundheitsgefahren des Rauchens hingewiesen. Auch werde die Nutzung der E-Zigarette als „umständlich“ beschrieben. Werbliche Anpreisungen des Unternehmens bzw. seiner Produkte gebe es nicht; auch die verwendeten Unternehmensfotos hätten keine werbliche Aussagekraft.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in dem Interview eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Zeitschrift hat die Antworten des Managers unkritisch und undistanziert wiedergegeben, ohne sie zu hinterfragen. Eine solch einseitig-positive Darstellung eines Unternehmens ist nicht mehr durch ein begründetes öffentliches Interesse gedeckt.

Aktenzeichen:0156/23/3-BA

Veröffentlicht am: 01.01.2023

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: öffentliche Rüge