

## Zulässige Aktion als Leserservice

### Frauenzeitschrift bietet Leserinnen Auswahl an Ferienhäusern an

“Sommerträume – und das passende Ferienhaus dazu...” – unter dieser Überschrift bietet eine Frauenzeitschrift ihren Leserinnen zu günstigen Preisen Ferienhäuser an, die sie ausgesucht und reserviert hat. Die Häuser werden vorgestellt, und die Leserinnen erfahren die Kontaktadressen der Anbieter, bei denen sie gemietet werden können. Der Beschwerdeführer sieht in der Veröffentlichung eine Schleichwerbung. Die Vorstellung der Häuser gehe über das Leserinteresse hinaus. Die Rechtsabteilung der Zeitschrift ist der Auffassung, dass das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Gebot der strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten befolgt worden ist. Alle Anzeigen seien klar als solche erkennbar. Die Redaktion habe völlig unbeeinflusst nach umfassender Prüfung anhand verschiedener objektiver Kriterien aus einem sehr umfangreichen Angebot 30 Ferienhäuser ausgesucht. Die Bebilderung eines solchen Beitrages sei eine Selbstverständlichkeit. Die Vielzahl der vorgestellten Häuser spreche für die unabhängige, rein leserorientierte Auswahl der Redaktion. Hinzu komme noch der Service im Hinblick auf die angebotenen Sonderkonditionen. Dabei sei es sinnvoll, die entsprechenden Anbieter als Kontaktpersonen zu nennen. Für die Veröffentlichung gab es, so die Rechtsabteilung abschließend, keinerlei Bezahlung oder sonstige geldwerte Vorteile an die Redaktion. (2006)

Eine Verletzung der Ziffer 7 kann der Presserat nicht erkennen. Deshalb ist die Beschwerde unbegründet. Nach Auffassung der Mitglieder des Gremiums handelt es sich bei der Veröffentlichung um eine zulässige Aktion der Zeitschrift, die dem Leserservice dient. Es geht zu weit, von Schleichwerbung für die vorgestellten Ferienhäuser und deren Anbieter zu sprechen. Vielmehr überlagert der Servicegedanke des Artikels eindeutig den Werbeeffect für die Anbieter. In dem Beitrag wird eine Vielzahl von Hausanbietern genannt, so dass kein Wettbewerbsvorteil für einen einzelnen entsteht. Mit dem als Leserserviceaktion klar definierten Beitrag wird die Grenze zur Schleichwerbung nicht überschritten.

(BK2-275/06)

**Aktenzeichen:** BK2-275/06

**Veröffentlicht am:** 01.01.2006

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

**Entscheidung:** unbegründet