

Das „Schnäppchen“ und die Schleichwerbung

Zeitschrift verstößt deutlich gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7

Eine Zeitschrift veröffentlicht einen Beitrag unter der Überschrift „Angebote der Woche“. Im Beitrag aufgelistet sind diverse Non-Food-Angebote verschiedener Filialunternehmen und eines Fernsehsenders. Ein Leser der Zeitschrift sieht in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung. Vor allem der Hinweis auf ein Kochset bei dem TV-Sender sei werblicher Art. Nach Ansicht der Rechtsabteilung der Zeitschrift ist die Presse berechtigt, auf aktuelle Produktangebote hinzuweisen und diese auch positiv und/oder negativ zu beschreiben. Dies sei nicht zu beanstanden, solange die Berichterstattung einen redaktionellen Sachbezug habe. Im vorliegenden Fall diene die Berichterstattung dem Zweck, die Leser darüber zu informieren, wo sie am günstigsten einkaufen könnten. Besonders bei dem Kochset handele es sich um ein „Schnäppchen“. Es sei deutlich günstiger, als wenn die Original-Produkte der Marke einzeln gekauft würden. Zudem sei das Set auch bei keinem anderen Unternehmen erhältlich. Damit sei der redaktionelle Sachbezug gegeben. Die Rechtsabteilung weist darauf hin, dass die Veröffentlichung keine Werbewirkung habe, da sie primär aus Texten bestehe. Werbliche Botschaften würden ebenso fehlen wie andere Werbeelemente. Die Produktangaben dienten lediglich zum Zweck der Informationsbeschaffung für den Leser.

Ziffer 7 des Pressekodex fordert die klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. In diesem Fall hat die Zeitschrift die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 deutlich überschritten. Der Beschwerdeausschuss spricht eine öffentliche Rüge aus. Der beanstandete Text lässt jegliche journalistische Einordnung vermissen. Ohne redaktionelle Begründung wird auf die Angebote der genannten Firmen hingewiesen. Dadurch entstehen ein eindeutiger Werbeeffect für die genannten Anbieter sowie ein Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten. Das Gleiche gilt auch für die Beschreibung des Kochsets. Der Beschwerdeausschuss sieht kein öffentliches Interesse, das eine Berichterstattung in dieser Form rechtfertigen könnte.

Aktenzeichen:0282/18/3

Veröffentlicht am: 01.01.2018

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

Entscheidung: öffentliche Rüge