

Ohne Hose, stattdessen aber mit Flasche

Regionale Boulevardzeitung spricht von einer fragwürdigen Werbung

Dschungelcamp-Kandidatin postet merkwürdiges Foto - ohne Hose, aber mit Alkoholflasche“ – so überschreibt eine regionale Boulevardzeitung online ihren Bericht über einen Instagram-Post eines Models und Reality-TV-Sternchens. Dieses zeige sich auf einem seiner Social-Media-Kanäle ohne Hose, aber mit einer großen Flasche einer Cocktail-Firma. Im Artikel wird über den Vorgang ausführlich berichtet, inklusive der werbenden Aussagen der Werbeträgerin. Die Berichterstattung ist zudem mit dem Original-Post illustriert, dem auch der Markenname zu entnehmen ist. Ein Leser der Zeitung moniert, dass im Bericht deutlich wird, dass es hier nicht um das Model gehe, sondern um Werbung für das Getränk. Der Chefredakteur der Zeitung rechtfertigt die Art der Berichterstattung. Die Redaktion kritisiere im Artikel den Instagram-Post der Dschungelcamp-Kandidatin und bezeichne die Aktion klar als „fragwürdige Werbung“. Auch werde der Produktname im Text nicht genannt. Gleichwohl – so der Chefredakteur abschließend – empfinde man im Nachgang die kritische Distanz zum gezeigten Produkt nicht groß genug. Die Redaktion habe den Beitrag aus ihrem Angebot genommen.

Der Presserat sieht einen Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex (klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten) und spricht einen Hinweis aus. Ein grundsätzliches öffentliches Interesse an der Werbeaktion einer in der Öffentlichkeit stehenden Person ist anzunehmen. Auch geht die Berichterstattung an einigen Stellen auf Distanz zu der Instagram-Aktion. Durch die ausgiebige Wiedergabe der Werbeinhalte und der Präsentation des originalen Werbe-Posts überwiegt im Artikel letztlich jedoch der werbliche Charakter. Dadurch wird die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex überschritten. Der Presserat berücksichtigt bei seiner Entscheidung, dass die Zeitung eine ungenügende journalistische Distanz zur Produktplatzierung eingestanden und entsprechend reagiert hat.

Aktenzeichen: 1112/19/3

Veröffentlicht am: 01.01.2020

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

Entscheidung: Hinweis