

AUFGESTOSSEN: SCHLEICHWERBUNG FÜR SAUERMILCH

VERANSTALTER:

Klassik Radio

SENDUNG:

Entspannt durch den Tag mit
Fanny Rosenberg

SENDEDATUM:

August 2016

Über das bundesweite Beschwerdeportal programmbeschwerde.de erreichte die MA HSH folgende Kritik an einem Klassik-Radio-Sendebeitrag:

„Es wurde Werbung für das Produkt ‚Müller Kalinka Kefir‘ (ein Sauermilchgetränk) gemacht, dies aber als Information über Kefir als gesunde kaukasische Alternative zu Milch aufgemacht. Dazu wurde eine Frau ‚interviewt‘, die das Produkt und seine Vorzüge mindestens dreimal genannt hat. Werbung wurde hier nicht als solche gekennzeichnet.“

Ungekennzeichnete Werbung im redaktionellen Programm? Das wäre dann ja Schleichwerbung! Tatsächlich ging folgender Beitrag ohne Werbekennzeichnung über den Äther:

Intro:

Erfahren Sie mit Klassik Radio die wahre Geschichte des Kefirs.

Sprecherin:

Man nennt ihn auch den Milch-Champagner, denn ein gut gegärter Kefir, der prickelt so richtig auf der Zunge wie ein Schluck Schampus. [...] Wird natürlich nicht nur getrunken in der kaukasischen Steppe, sondern unter anderem auch von unseren Hörern, von Karen Malarik:

Hörerin:

Ich trink gern Sauermilch und trink gern den „Kalinka Kefir“. Ich nehm's gerne beim Bergwandern mit, Sauermilch ist halt bekömmlicher als Milch. Also, was mach ich? Ich kaufe mir „Kalinka Kefir“, packe ihn in den Rucksack und nehme

ihn mit zum Wandern. Und das ist halt das, wo ich es am liebsten trinke, wenn man unterwegs ist, wenn man wandert und in der Sonne ist und irgendwo am schönen Plätzchen sitzt und die Aussicht genießt. Und da hab ich den „Kalinka Kefir“, den kann man ja auch wunderschön zumachen durch den Deckel, im Rucksack dabei und genieße ihn auf dem Berggipfel. Das ist eine feine Sache.

Sprecherin:

Ja, und wir bedanken uns dafür, dass Karen Malarik ihre Geschichte mit uns geteilt hat und schenken ihr ein Überraschungspaket von Müller.

Outro:

Erfahren Sie die wahre Geschichte des Kefirs auf klassikradio.de.

FORTSETZUNG AUF SEITE 5

HINGUCKER NR. 01 / 17 SEITE 4

Damit hatte Klassik Radio gegen das Rundfunkrechtliche Schleichwerbeverbot verstoßen. Doch was genau ist eigentlich Schleichwerbung? Schleichwerbung ist im Gesetz (§ 2 Abs. 2 Nr. 8 Satz 1 Rundfunkstaatsvertrag) definiert als „die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Veranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und mangels Kennzeichnung die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann.“

Schleichwerbung liegt also vor, wenn ein Produkt erwähnt oder dargestellt wird, dies mit einer Werbeabsicht des Veranstalters verbunden ist und der Hörer mangels Kennzeichnung über den Werbezweck in die Irre geführt wird.

Diese Voraussetzungen waren erfüllt. Klassik Radio gab den Verstoß gegen das Schleichwerbeverbot auch zu, wies eine Werbeabsicht aber zurück.

Der O-Ton sei versehentlich ausgestrahlt worden.

Dieser Widerspruch ließ sich anhand der Fakten- und Indizienlage auflösen.

Zu gewinnen war ein Überraschungspaket der Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG, die auch den „Kalinka Kefir“ produziert und vermarktet. In Kombination mit der Intensität der Darstellung durch mehrfache ausschließlich positiv umschreibende Erwähnung des Produkts sowie dem beim Zuhörer erweckten Eindruck, „Kalinka Kefir“ sei das einzige Kefir-Produkt (Alleinstellungsmerkmal) lagen Indizien für eine Werbeabsicht des Veranstalters vor.

Dabei war es unerheblich, dass die Äußerungen von einer Hörerin stammten. Klassik Radio hatte diesen O-Ton bewusst ausgewählt und in einer bearbeiteten Fassung ausgestrahlt.

Außerdem war „Müller Kalinka Kefir“ im zeitlichen Zusammenhang mit dem Gewinnspiel nicht nur Werbekunde (Werbe-

spots), sondern auch Sponsor einer weiteren Sendung. Das ließ die Annahme zu, dass das Kefir-Gewinnspiel als Teil einer Marketingkampagne zu Werbezwecken für „Müller Kalinka Kefir“ platziert war.

Klassik Radio räumte den Rechtsverstoß ein und akzeptierte die förmliche Beanstandung.