

„Mit freundlicher Unterstützung“ reicht nicht aus

Firma zahlt für eine Beilage und kommt bevorzugt zu Wort

Eine Fachzeitschrift mit dem Themenschwerpunkt Diabetes veröffentlicht eine Beilage. In deren Impressum wird auf die „freundliche Unterstützung“ durch eine namentlich genannte Firma hingewiesen. Schwerpunkt der Beilage sind Bolusrechner für Diabetiker, mit denen diese ihre Insulin-Dosis berechnen können. Konkret genannt wird ein bestimmtes Gerät, für das in der Beilage auf zwei Seiten geworben wird. Ein Leser der Zeitschrift weist darauf hin, dass die Beilage Werbebeiträge für ein bestimmtes und namentlich genanntes Produkt und zwei Veröffentlichungen über Studien enthalte, die von dem gleichen Hersteller mitfinanziert worden seien. Der Beschwerdeführer sieht in der Beilage einen Fall von Schleichwerbung nach Ziffer 7 des Pressekodex. Der Chefredakteur der Zeitschrift teilt mit, Sonderbeilagen wie diese erschienen ein- bis zweimal im Jahr. Im Impressum erscheine dann immer der Hinweis „mit freundlicher Unterstützung“ und der Name des unterstützenden Unternehmens. Dieses Vorgehen sei der Redaktion von der Rechtsvertretung des Verlages empfohlen worden. Die Stellungnahme des Chefredakteurs enthält auch den Hinweis, dass die fraglichen Beiträge von drei Redakteuren des Blattes verfasst worden seien, die während ihrer Ausbildung überbetriebliche Kurse und Seminare an großen Journalistenschulen absolviert hätten. In dem Bereich, mit dem sich die Zeitschrift thematisch beschäftige, verbiete es sich besonders, Schleichwerbung zu platzieren.

Die Zeitschrift hat die nach Ziffer 7 des Pressekodex gebotene strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten missachtet, weshalb der Presserat eine öffentliche Rüge ausspricht. Der Hinweis „...mit freundlicher Unterstützung (...der Firma XY)“ reicht nicht aus, um den Lesern eine Beteiligung des Unternehmens an der Beilage zu verdeutlichen. Hier wäre eine eindeutigere Kennzeichnung – etwa auf der Titelseite – erforderlich gewesen. Da diese nicht vorgenommen wurde, liegt ein Verstoß gegen den Pressekodex vor. Der Leser erfährt nicht eindeutig genug, dass die in dem Heft genannten Produkte von einem Unternehmen stammen, das die Produktion der Beilage finanziell unterstützt hat. (0391/14/2)

Aktenzeichen:0391/14/2

Veröffentlicht am: 01.01.2014

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

Entscheidung: öffentliche Rüge