presserat

Eindeutige Werbung im redaktionellen Teil

Zeitschrift lässt presseethische Grundsätze außer Acht

Eine Zeitschrift veröffentlicht einen Beitrag, in dem ein Buch vorgestellt und positiv beschrieben wird. Beigestellt ist ein Foto der Autorin mit einem Plakat, das für das vorgestellte Buch wirbt. Der Text enthält auch einen Link zu einer Website mit dem Titel des Buches. Eine Leserin der Zeitschrift sieht in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung. Die Zeitschrift äußert sich nicht zu der Beschwerde.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex festgehaltenen Grundsatz der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Für den durchschnittlich verständigen Leser ist nicht zu erkennen, ob es sich bei dem Beitrag um eine redaktionelle Veröffentlichung oder eine Anzeige handelt. Einerseits scheint das Layout des Beitrages auf Werbung hinzudeuten, doch wird im Inhaltsverzeichnis auf den Artikel hingewiesen, was wiederum für einen redaktionellen Artikel spricht. Unabhängig davon, welchen Charakter die Veröffentlichung letztendlich hat, ist festzustellen, dass die Grundsätze der Ziffer 7 nicht beachtet wurden.

Aktenzeichen:0959/18/3
Veröffentlicht am: 01.01.2019
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung