

Wo geht es um Text, wo um Werbung?

Zeitschrift schafft Grauzone beim Trennungsgebot

Eine Fachzeitschrift veröffentlicht in einer Ausgabe zwei Anzeigen. In der einen wird für eine Spiele-Flatrate geworben, in der anderen für eine Spiele-Konsole. Im Fall der Anzeige für die Spiele-Flatrate kritisiert ein Leser, dass ein klein gedruckter Textteil kaum lesbar sei. Im Fall der Konsolenwerbung sei die Kennzeichnung nicht deutlich, da der Hinweis quer und nahe dem Heftfalz gedruckt wurde und bei normalem Aufblättern verschwinde. Dadurch entstehe der Eindruck, es handele sich um einen redaktionellen Beitrag. Zur Spiele-Flatrate merkt die Zeitschrift an, dass diese Anzeige klar als Werbung zu erkennen sei. Der klein gedruckte Text am Fuß der Anzeige enthalte lediglich marken- und urheberrechtliche Hinweise zu den beworbenen Produkten. Sonst habe er keine Bedeutung. Insbesondere enthalte der Absatz weder einen redaktionellen Text noch solle er dazu dienen, die Werbung als solche zu kennzeichnen. Der Vorwurf gehe also ersichtlich ins Leere. Bei der Werbung für die Spiele-Konsole erklärt die Zeitschrift, „bei normaler Seitenbiegung“ sei der Anzeigenhinweis sofort erkennbar. (2008)

Die Zeitschrift hat gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) verstoßen. Der Presserat spricht eine Missbilligung aus. Dem Leser erschließt sich nicht ohne weiteres, welche Teile des Angebots der Zeitschrift dem werblichen und welche dem redaktionellen Bereich zuzuordnen sind. Zwar ist der Presserat im Gegensatz zu dem Beschwerdeführer der Auffassung, dass der Hinweis „Anzeige“ durchaus zu erkennen ist, doch wird dem Leser nicht klar, auf welche Teile der Seite sich der Hinweis bezieht. Auch im Beschwerdeausschuss herrschte zunächst Unklarheit in dieser Frage. An anderer Stelle wird ein Zusammenhang zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung geschaffen. Eine Zuständigkeit des Presserates für die vom Beschwerdeführer kritisierte Anzeige (Spiele-Flatrate) besteht nicht. Der Presserat prüft ausschließlich redaktionelle Veröffentlichungen in Zeitungen und Zeitschriften auf ihre Vereinbarkeit mit dem Pressekodex. Für den Inhalt von Anzeigen – um eine solche handelt es sich eindeutig – ist er nicht zuständig. (BK1-28/08)

Aktenzeichen: BK1-28/08

Veröffentlicht am: 01.01.2008

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

Entscheidung: Missbilligung