presserat

Werbung nicht ausreichend gekennzeichnet

Dem Begriff „Verlags-Sonderveröffentlichung“ fehlt es an Eindeutigkeit

Eine Zeitschrift veröffentlicht unter der Überschrift „Natürlich & Gesund“ eine vierseitige Verlags-Sonderveröffentlichung zum Thema Homöopathie. Der Beilage folgt eine Seite mit Anzeigen für homöopathische Mittel. Ein Leser der Zeitschrift hält die Veröffentlichung für Werbung, die nicht als solche erkennbar gemacht worden sei. Die Einbettung von Anzeigen suggeriere, dass es sich dabei um einen redaktionellen Beitrag handele. Der Beschwerdeführer sieht auch eine Verletzung der Ziffer 14 des Pressekodex (Medizinberichterstattung), da in der Veröffentlichung enthaltene Aussagen zum Teil nicht haltbar seien. Die Rechtsabteilung des Verlages hält dagegen und betont, dass die kritisierte Veröffentlichung klar zwischen redaktionellem und werblichem Inhalt trenne. Die Seiten mit dem redaktionellen Teil seien deutlich mit dem Hinweis „Verlagssonderveröffentlichung“ gekennzeichnet. Es folge eine Seite mit klar erkennbaren Anzeigen. Auch ein Verstoß gegen die Ziffer 14 des Pressekodex (Medizin-Berichterstattung) liege nicht vor. Ob homöopathische Arzneimittel wirksam seien oder nicht, sei in Fachkreisen zwar umstritten, werde jedoch nicht einhellig verneint.

Der Beschwerdeausschuss erkennt eine Verletzung der in Ziffer 7 des Kodex geforderten klaren Trennung zwischen redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Bei den mit dem Hinweis „Verlagssonderveröffentlichung“ überschriebenen Seiten handelt es sich um eine werbliche Sonderveröffentlichung im Sinne der Richtlinie 7.3 des Pressekodex. Insgesamt erweckt die Veröffentlichung einen werblichen Eindruck, da die Textbeiträge das Thema Homöopathie sehr positiv und unkritisch darstellen. Die Veröffentlichung hätte nach Richtlinie 7.3 in Verbindung mit Richtlinie 7.1 als werbliche Sonderveröffentlichung gekennzeichnet werden müssen. Der Begriff „Verlags-Sonderveröffentlichung“ stellt hier kein presseethisch anerkanntes Synonym für eine werbliche Sonderveröffentlichung dar, da es ihm an Eindeutigkeit mangelt und er den durchschnittlichen Leser über den werblichen Charakter der Veröffentlichung im Unklaren lässt. Eine Verletzung der Ziffer 14 des Pressekodex (Medizin-Berichterstattung) liegt nicht vor, da es sich – wie dargelegt - bei der Veröffentlichung um Werbung handelt, deren Inhalt nicht auf seine Richtigkeit geprüft werden kann.

Aktenzeichen:0535/18/3
Veröffentlicht am: 01.01.2018
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: Missbilligung