

Anzeigen-Hinweis fehlt durch ein Versehen

Geschäftliche Information nicht ausreichend als solche gekennzeichnet

Unter der Kennzeichnung „Geschäftliche Informationen“ veröffentlicht eine Regionalzeitung einen redaktionell gestalteten Beitrag unter der Überschrift „Ein letztes Mal steht der Mensch im Mittelpunkt“. Im Beitrag geht es um das Angebot eines namentlich genannten Bestattungsinstituts. Auf der gleichen Seite erscheint eine Anzeige dieses Unternehmens. Ein Leser der Zeitung erkennt in dem redaktionell gestalteten Beitrag eine PR-Veröffentlichung, die nicht als solche erkennbar ist. „Geschäftliche Informationen“ sei kein ausreichendes Synonym für den Hinweis „Anzeige“. Die Chefredakteurin der Zeitung erläutert, dass es sich bei dem beanstandeten Beitrag um eine Sonderveröffentlichung oder ein so genanntes Anzeigenkollektiv handele. Der Beschwerdeführer habe Recht mit seiner Forderung, dass dieses auch entsprechend hätte gekennzeichnet werden müssen. Dass der Anzeigenhinweis fehle, sei bedauerlicherweise auch der Seitenrevision nicht aufgefallen. Normalerweise werde auf Sonderveröffentlichungen immer korrekt hingewiesen. Diesmal nicht. Das bittet die Chefredakteurin zu entschuldigen. Gleichwohl sei sie der Auffassung, dass auch durch die Kennung „Geschäftliche Informationen“ signalisiert werde, dass es sich nicht um eine journalistische Berichterstattung handele, sondern um eine Information aus der Geschäftswelt. Der Seitenkopf unterscheide sich wesentlich von der Paginierung für journalistische Inhalte. Auch habe man eine andere Schrifttype verwendet. Deshalb sei die Aussage des Beschwerdeführers, dass der Beitrag komplett wie ein redaktioneller Inhalt präsentiert werde, nicht zutreffend.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Seitenüberschrift „Geschäftliche Informationen“ reicht nicht aus, um dem Leser den Werbecharakter der Veröffentlichung zu verdeutlichen. Eine Kennzeichnung mit dem Wort „Anzeige“ wäre notwendig gewesen. Die optische Gestaltung einer Seite allein reicht nicht aus, um die Gefahr auszuschließen, dass Leser den Beitrag als redaktionelle Veröffentlichung wahrnehmen. Im vorliegenden Fall handelt es sich um ein Versehen, mit dem die Zeitung von der sonst üblichen Kennzeichnung abgewichen ist. Die Beschwerde zieht, obwohl sie begründet ist, aus diesem Grunde keine Maßnahme nach sich. (0245/16/3)

Aktenzeichen:0245/16/3

Veröffentlicht am: 01.01.2016

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

Entscheidung: begründet, keine Maßnahme