

Redaktion kann Buchauszüge abdrucken

Klarer Hinweis auf Verlageigeninteresse ist jedoch unumgänglich

Die Onlineausgabe eines Nachrichtenmagazins veröffentlicht einen Beitrag unter der Überschrift „Probefahrt? Rallye?“. Es handelt sich um den Teilabdruck aus einem Buch, in dem es um die Werbung in unserer Zeit geht. Dem Auszug vorangestellt ist eine kurze redaktionelle Einleitung. Am linken Rand der Web-site, auf der der Beitrag veröffentlicht wurde, steht ein Buchtipp mit Hinweis auf die Bezugsmöglichkeit über den Online-Shop des Nachrichtenmagazins. Ein Nutzer des Onlineauftritts übt an der Veröffentlichung Kritik. Er bemängelt, dass der Eindruck entstehe, als handele es sich um den redaktionellen Beitrag eines Buchautors. In Wirklichkeit sei es jedoch ein Eins-zu-Eins-Auszug aus einem Buch. Die Website enthalte überdies eine nicht als solche erkennbare Werbung. Diese erwecke den Eindruck einer unabhängigen redaktionellen Buchempfehlung. Den Anzeigencharakter der Kombination aus Veröffentlichung und Buchtipp könne der Leser nicht erkennen. Das Justitiariat des Verlages vermag die Beschwerde nicht nachzuvollziehen. Es würden ausschließlich redaktionelle Inhalte vorgestellt. Die Redaktion habe aus eigener Initiative ein Buch empfohlen, das sie für lesenswert halte. Bei der Wiedergabe des Buchauszugs sei die Redaktion der Verpflichtung zur korrekten Quellenangabe nachgekommen. Der Hinweis auf den Online-Shop des Nachrichtenmagazins sei lediglich ein Service für den Leser. Ob dieser den Service in Anspruch nehme, sei ihm überlassen. Bevor er diesen Link anklicke, sei durch den Hinweis auf den Shop erkennbar, dass er sich danach im kommerziellen Bereich befinde. Die in Ziffer 7 gebotene Trennung von Redaktion und Kommerz sei daher für jedermann zu sehen. (2011)

Das Nachrichtenmagazin hat die in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten verletzt. Der Beschwerdeausschuss spricht einen Hinweis aus. Bereits zu Beginn des Beitrages hätte die Zeitschrift ihre Leser darauf hinweisen müssen, dass das vorgestellte Buch im Magazin-Shop erhältlich sei. Ziffer 7 besagt, dass bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlags betreffen, dieses erkennbar sein muss. Der im linken Teil der Website erfolgte Hinweis auf die Bezugsmöglichkeit (hier: der Online-Shop des Magazins) genügt nicht, um diese Anforderung zu erfüllen. Es besteht die Möglichkeit, dass der Leser diesen Hinweis erst wahrnimmt, wenn er den eigentlichen Beitrag bereits gelesen hat. Die vom Beschwerdeführer kritisierte Veröffentlichung des Buchauszuges ist nicht zu beanstanden. Es steht einer Redaktion frei, solche Teilabdrucke abzdrukken. Auch die Kombination von Buchauszug und Hinweis auf den Online-Shop des Magazins ist zulässig, wenn der Leser vor dem Einstieg in den redaktionellen Beitrag über diese Konstellation informiert wird. (0263/11/2)

Aktenzeichen:0263/11/2

Veröffentlicht am: 01.01.2011

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

Entscheidung: Hinweis