presserat

Die Werbung ist hinreichend erkennbar

Präsentation der Zeitung kann jedoch zu Irritationen bei Lesern führen

„Kampf-Ansage aus Piräus: Wie gefährlich wird der Griechen-Hafen für Hamburg?“ titelt eine Regionalzeitung online. Es geht im Artikel um die wachsende Konkurrenz des griechischen Hafens für Hamburg. Unter dem Artikel sind unter der Rubrik „Wir empfehlen Ihnen“ Anreißer platziert, die jeweils aus einem Bild mit eingeklinktem Stichwort und kurzem Text bestehen. Der mittlere Teaser mit eingeklinktem Stichwort „Polizei“ und fettgedrucktem Text führt zu einer Meldung. Die Teaser rechts und links davon haben das Stichwort „Anzeige“ mit normalem Textbild. Ein Leser der Zeitung sieht einen Verstoß gegen Richtlinie 7.1 des Pressekodex (Trennungsgebot). Ihm gehe es um die kleinen Bilder und Verlinkungen im unteren Teil, welche in Stil, Layout und Aussehen an das redaktionelle Angebot angepasst seien und sich quasi ohne Trennung einfügten. Ein Bild mit einem rot hinterlegten Schriftzug der Kategorie, darunter ein Titel und ein Teaser seien das gewählte Layout/Branding. Dasselbe finde man bei jedem anderen Artikel in der Online-Ausgabe der Zeitung. Die zuständige Ressortleiterin antwortet auf die Beschwerde. Im letztgenannten Fall handele es sich um eine lokal verkaufte Anzeige, die mittlerweile nicht mehr zu finden sei, weil der Buchungszeitraum zu Ende gegangen sei. In den ersten beiden genannten Fällen habe es sich um „Werbe-Widges“ von einem Werbenetzwerk gehandelt, mit dem man zusammenarbeite und wie sie auf zahlreichen deutschen Nachrichtenseiten in der gleichen Form im Einsatz seien. In jedem der vom Beschwerdeführer genannten Beispiele seien diese Anzeigen klar als solche gekennzeichnet gewesen.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung von Anzeigen-Vorschauen unter der Berichterstattung über das Hafen-Problem Hamburg-Piräus keinen Verstoß gegen den Kodex. Die Beschwerde ist unbegründet. Zwar ist dem Beschwerdeführer darin zuzustimmen, dass sich die fraglichen Anzeigen an das Layout des redaktionellen Teils der Internetseite anlehnen. Dies kann im Ergebnis grundsätzlich auch zu Irritationen bei Lesern führen. Die Anzeigen und deren Vorschauen sind jedoch gemäß der in Richtlinie 7.1 des Pressekodex formulierten Anforderungen hinreichend als Werbung erkennbar. Die verlegerische Entscheidung, Anzeigen als eigene Rubrik neben den redaktionell verantworteten Rubriken laufen zu lassen, ist grundsätzlich nicht zu beanstanden.

Aktenzeichen:0413/18/3
Veröffentlicht am: 01.01.2018
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: unbegründet