presserat

Werbung kommt redaktionell aufgemacht daher

In der Programm-Zeitschrift ist vom „besten Käse der Welt“ die Rede

„Wie macht man den besten Käse der Welt?“ – so überschreibt eine Programm-Zeitschrift einen Artikel, in dem die Redaktion äußerst positiv über eine private Käserei berichtet. Dabei ist von einem Käse die Rede, der „durch seine zarte Konsistenz, kombiniert mit einer frischen Schnittlauchnote, den Frühling auf den Tisch bringt.“ Ein anderer, namentlich genannter Käse wird gerühmt, aus der besten Milch gemacht worden zu sein, die das Alpenvorland zu bieten habe. Im selben Heft berichtet die Redaktion über eine 63-Jährige, die bei einer Lotterieveranstaltung fünf Millionen Euro gewonnen habe und sich ihren größten Wunsch, eine Karibik-Kreuzfahrt, erfüllt habe. In einem zum Artikel gestellten Info-Kasten wird die Lotterie namentlich genannt. Für Lose und weitere Informationen verweist die Redaktion auf die Homepage der Lotteriegesellschaft. Die Beschwerdeführerin in diesem Fall moniert, dass die Artikel aufgemacht seien wie redaktionelle Beiträge, obwohl es sich eindeutig um Produktwerbung handele. Die Programmzeitschrift nimmt zu der Beschwerde nicht Stellung.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Veröffentlichungen schwere Verstöße gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Das Gremium sieht in den Beiträgen Werbung im redaktionellen Teil der Zeitschrift. Nach Richtlinie 7.1 des Pressekodex müssen bezahlte Veröffentlichungen so gestaltet sein, dass sie für die Leserschaft als Werbung erkennbar sind. Eine für die Leserschaft hinreichend klare Abgrenzung vom redaktionellen Teil aufgrund gestalterischer Merkmale ist hier nicht gegeben. Leserinnen und Leser müssen aufgrund der Rubrik-Kennzeichnungen „Welt der Wunder“ und „Aktuell“ davon ausgehen, dass die darunter stehenden Beiträge zum redaktionellen Angebot der Zeitschrift gehören. Deshalb hätten sie eindeutig als Anzeige gekennzeichnet werden müssen.

Aktenzeichen:0469/21/3
Veröffentlicht am: 01.01.2021
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge