presserat

Begriff „Sonderveröffentlichung“ nicht eindeutig

Presserat: „Anzeige“ oder „Anzeigen bzw. Werbesonderveröffentlichung“

Die Bundesgartenschau 2023 in Mannheim ist Thema in der örtlichen Zeitung, die dazu eine vierseitige Anzeigenstrecke in redaktioneller Aufmachung veröffentlicht. Die Seiten sind überschrieben mit „BUGA 23 – Mannheim verbindet“ sowie dem Hinweis „Sonderveröffentlichung“. Mit der Anzeigenstrecke wirbt die Stadtmarketing GmbH im Hinblick auf einen Volksentscheid über die Gartenschau. Die Werbung ist nicht als solche erkennbar, stellt die Beschwerdeführerin, eine Leserin der Zeitung, fest. Sie sieht einen Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex. Auf Anfrage habe ihr die Zeitung mitgeteilt, dass drei Tage nach dem Erscheinen ein klarstellender Hinweis abgedruckt worden sei, in dem der Verlag auf den Anzeigencharakter der Veröffentlichung hingewiesen habe. Die Beschwerdeführerin sieht außerdem eine Vermischung von Tätigkeiten, da der Verlag der Zeitung an der Stadtmarketing GmbH beteiligt sei. Der stellvertretende Chefredakteur der Zeitung ist der Meinung, dass die Sonderveröffentlichung bereits durch ihre optische Gestaltung hinreichend von den redaktionellen Seiten abgegrenzt worden sei. Sie sei für den Durchschnittsleser als werbliche Publikation klar erkennbar. Schon die farbliche Gestaltung – grün statt des sonst in der Zeitung gewohnten Blau – mache den Unterschied deutlich. Außerdem fehle der „komplette Kopf“ der redaktionellen Seiten, nämlich die Seitenangabe, der Hinweis auf die Website etc.

Der Beschwerdeausschuss sieht das Trennungsgebot verletzt. Er spricht eine Missbilligung aus. Die Veröffentlichung ist nach den Angaben des stellvertretenden Chefredakteurs eine Anzeige. Diese ist jedoch für den Leser nicht eindeutig zu erkennen. Auch wenn die optische Gestaltung der Anzeige von der der redaktionellen Seiten abweicht, so reicht dies nicht aus, um dem Leser den Werbecharakter zu verdeutlichen. Auch der Begriff „Sonderveröffentlichung“ ist nicht eindeutig, da darunter sowohl eine redaktionelle als auch eine werbliche Sonderveröffentlichung verstanden werden kann. Es wäre daher notwendig gewesen, die Werbung als „Anzeige“ oder „Anzeigen- bzw. Werbesonderveröffentlichung“ zu kennzeichnen. Da dies nicht geschehen ist, werden die Anforderungen der Richtlinie 7.1 nicht erfüllt. Der Trennungsgrundsatz ist verletzt. (0717/13/2)

Aktenzeichen:0717/13/2
Veröffentlicht am: 01.01.2013
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: Missbilligung