presserat

Verlagssonderseiten

Werbung muss für den Leser als Werbung erkennbar sein

In einer Sonntagszeitung erscheint unter der Kennzeichnung „Integrierter Landbau“ eine Sonderseite über landwirtschaftliche Anbaumethoden. Ökologische Anbaumethoden werden darin kritisch betrachtet. Ein kleiner Kasten am Ende des Beitrags nennt den Autor der „Verlagssonderseite“. Die Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau ruft den Deutschen Presserat an und weist darauf hin, dass nach ihren Erkenntnissen der betreffende Beitrag mit 70.000 D-Mark gesponsert worden sei. Zugleich beklagt sie den diffamierenden und hetzenden Charakter dieser Werbung für den Integrierten Landbau. Der Deutsche Werberat – so die Beschwerdeführerin – habe ihr auf Anfrage mitgeteilt, dass es sich bei der Veröffentlichung nicht um einen redaktionellen Bericht, sondern um eine redaktionell gestaltete Anzeige handele. Das Verlagshaus erklärt, bei der kritisierten Veröffentlichung handele es sich um zwei Verlagssonderseiten, die in Kooperation zwischen Verlag und Kunde entstanden seien. Die Seiten seien in Schrift und Layout vom redaktionellen Teil abgehoben und als Verlagsbeilage bzw. Verlagssonderseite ausgewiesen. Kritikwürdig an der Veröffentlichung sei in der Tat, dass durch ein Versäumnis während der Produktion der Hinweis „Verlagssonderseite“ nicht, wie sonst üblich, in der Paginierung oben auf der Seite, sondern nur in einem – allerdings durch einen Kasten hervorgehobenen – Seitenimpressum erschienen sei. Weiterhin teilt der Verlag mit, dass eine umfangreiche Stellungnahme der Beschwerdeführerin in der nächst erreichbaren Ausgabe als Leserbrief abgedruckt worden sei. Der Umsatz aus dem Geschäft mache im übrigen nicht einmal ein Zehntel der von der Beschwerdeführerin genannten Summe aus. (1998)

Nach Meinung des Presserats reicht es im konkreten Fall nicht aus, die Seiten lediglich grafisch vom redaktionellen Teil der Zeitung abzuheben. Um dem Leser klar zu verdeutlichen, dass es sich bei dem Beitrag um eine bezahlte Veröffentlichung handelt, hätte eine Kennzeichnung der Seite mit „Verlagssonderveröffentlichung“ oder „Anzeige“ erfolgen müssen. Da dies jedoch unterblieben ist, erkennt der Presserat eine Verletzung des Trennungsgrundsatzes nach Ziffer 7 des Pressekodex. Er erteilt der Zeitung einen Hinweis.

Aktenzeichen:B 113/98
Veröffentlicht am: 01.01.1998
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Hinweis