presserat

Firmenlogo im redaktionellen Teil

Eigeninteresse des Verlags muss erkennbar gemacht werden

Eine Regionalzeitung gibt im redaktionellen Teil die Gewinnerin der Woche in einem Gewinnspiel bekannt, das das Blatt zusammen mit einer Brauerei regelmäßig veranstaltet. Der Veröffentlichung ist ein Logo der Brauerei beigestellt. Ein Leser der Zeitung sieht in dem Beitrag einen Fall von Schleichwerbung. Er ruft den Deutschen Presserat an. Der Chefredakteur der Zeitung hält den Vorwurf für gegenstandslos. Zusammen mit der Brauerei veranstalte man ein Gewinnspiel, an dem bis zu 15000 Leser teilnähmen. Die Brauerei stelle die Gewinne zur Verfügung. Die Zeitung veröffentliche allwöchentlich die Sieger im Sportteil. Zur Wiedererkennung verwende die Redaktion das Brauerei-Logo. Es sei üblich und wie hier kein Einzelfall, dass Sponsoren mit ihren Logos oder ihrem Namen bei gemeinsamen Veranstaltungen genannt würden und dies auch verlangten. (2007)

Die Zeitung hat mit ihrer Veröffentlichung gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten) verstoßen. Der Presserat spricht deshalb einen Hinweis aus. Im letzten Satz der Ziffer heißt es: „Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dies erkennbar sein“. Dass es sich bei dem Gewinnspiel um eine gemeinsame Aktion von Zeitung und Brauerei handelt, geht aus der beanstandeten Notiz nicht hervor. Dadurch wird der Trennungsgrundsatz verletzt. Der Beschwerdeausschuss empfiehlt der Zeitung, derartige Veröffentlichungen künftig als Gemeinschaftsaktion klar zu definieren. (BK1-78/07)

Aktenzeichen:BK1-78/07
Veröffentlicht am: 01.01.2007
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Hinweis