

Text als Zugabe der Redaktion zur Anzeige

Verlag sieht Kombination als zulässig an – Presserat: Schleichwerbung

Eine Regionalzeitung veröffentlicht einen Artikel mit der Überschrift “Solargemeinde ... begrüßt mit ‘Sonnensolarsegel’”. Darin wird darüber informiert, dass von einem bestimmten Unternehmen eine Solaranlage in Betrieb genommen worden sei. In den Artikel eingeklinkt ist eine Anzeige der Firma. Ein Leser der Zeitung sieht durch die Veröffentlichung den Trennungsgrundsatz verletzt und ruft den Deutschen Presserat an. Es sei notwendig gewesen, entweder die Werbung des Unternehmens aus dem Text herauszulassen oder die ganze Veröffentlichung als Anzeige zu kennzeichnen. Der Verleger der Zeitung teilt mit, die Kennzeichnung als Anzeige sei nicht notwendig gewesen und unterblieben, weil die Werbung durch die Art der Gestaltung eindeutig erkennbar gewesen sei. Der Artikel selbst sei so verfasst, wie er im heimischen Geschäfts- und Wirtschaftsleben nicht unüblich sei, in diesem Fall eine Reportage über eine aner kennenswerte Aktion zum Einsatz erneuerbarer Energien. Ein Verstoß gegen das Trennungsgebot liege nicht vor. (2006)

Der Beitrag verstößt gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Grundsatz der klaren Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Nach Meinung der Beschwerdekammer handelt es sich bei der Kombination eines redaktionell aufgemachten Artikels mit einer Anzeige um eine reine PR-Veröffentlichung. Der redaktionelle Beitrag ist nicht durch ein Informationsinteresse der Leser gedeckt. Vor allem der Passus, in dem auf die Dienste der Solar-Firma hingewiesen wird, ist werblicher Natur. Der Presserat bezeichnet diese Art der Berichterstattung als Schleichwerbung. Verstärkt wird dieser Werbeeffect noch durch die in den Text gestellte Anzeige der dargestellten Firma. Die Kammer kann sich des Eindrucks nicht erwehren, als stünden Text und Anzeige in ursächlichem Zusammenhang. Sie sieht das Vertrauen der Leser in die Unabhängigkeit der Redaktion in Gefahr und hält den Verstoß in diesem Fall für so schwerwiegend, dass sie eine öffentliche Rüge erteilt. (BK2-15/06)

Aktenzeichen: BK2-15/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: öffentliche Rüge