presserat

Schleichwerbung: Grober Kodex-Verstoß

Beitrag hätte als Anzeige gekennzeichnet werden müssen

Ein örtliches Magazin berichtet über den Service eines Hotels, das Hochzeiten ausrichtet. In einem Kasten werden Telefon- und Faxnummer sowie die Internetadresse des Hotels angegeben. Der Beschwerdeführer sieht in der Veröffentlichung einen unredigierten Werbetext mit Werbefotos. Er vermisst die Kennzeichnung als Anzeige und wendet sich an den Deutschen Presserat. Der Leser solle die Veröffentlichung als redaktionellen Beitrag wahrnehmen. Für das Magazin nimmt dessen Lizenzgeber Stellung. Man sei stets bemüht, neue Lizenzpartner zu schulen, um Verstöße wie im vorliegenden Fall zu vermeiden. Die Sachlage sei klar. Der Artikel hätte als Anzeige gekennzeichnet werden müssen. Der Fehler wird eingeräumt, doch habe der Lizenznehmer nicht vorsätzlich gehandelt. Um künftige Beschwerden zu vermeiden, habe dieser versichert, künftig im Rahmen der Schlusskorrektur strikt auf die Anzeigenkennung zu achten. (2006)

Das Magazin hat gegen das Gebot der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen. Der Presserat spricht daher eine öffentliche Rüge aus. Wie der Lizenzgeber des Magazins selbst einräumt, handelt es sich bei dem kritisierten Beitrag um eine Anzeige, die nicht als solche gekennzeichnet wurde. Bei den Lesern kann somit der falsche Eindruck entstehen, als handle es sich bei der Veröffentlichung um einen unabhängigen redaktionellen Beitrag. Es wäre daher notwendig gewesen, die offensichtliche Werbung als solche zu kennzeichnen. Da dies nicht geschehen ist, liegt ein grober Verstoß gegen den Pressekodex vor. (BK2-276/06)

Aktenzeichen:BK2-276/06
Veröffentlicht am: 01.01.2006
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge