presserat

Eigenwerbung ist nicht gleich Schleichwerbung

Kommerzielles Interesse des Verlags ist deutlich erkennbar gemacht

Die Online-Ausgabe eines Nachrichtenmagazins veröffentlicht eine Fotostrecke mit ungewöhnlichen Hinweisschildern. Das vorletzte Foto weist auf ein Buch hin, das laut Bildunterzeile im Buchhandel oder direkt beim Nachrichtenmagazin zu bekommen ist. Das Buch wurde offensichtlich in einer Kooperation des Verlages mit der Online-Ausgabe herausgegeben. Ein Nutzer des Internet-Auftritts des Nachrichtenmagazins kritisiert, dass die Fotostrecke, die mit einer Werbung für das Buch endet, nicht als Anzeige gekennzeichnet wurde. Das Nachrichtenmagazin teilt mit, die beanstandete Fotostrecke sei mit einem kleinen Text angekündigt worden. Am Ende dieses Textes verweise ein Link auf die Fotos. Das letzte dieser Bilder verweise auf das Buch. Im Bildtext stünde der Hinweis auf den Verlag sowie auf die Möglichkeit, das Buch im Buchhandel oder aber beim Online-Shop des Magazins zu kaufen. Eine besondere Kennzeichnung der Veröffentlichung als Anzeige sei nicht erforderlich, da es sich um einen völlig normalen Vorgang der Eigenwerbung handele. Allein die Tatsache, dass es sich um das letzte Foto einer redaktionellen Fotostrecke gehandelt habe, mache aus erkennbarer Werbung noch keine unzulässige Schleichwerbung. (2009)

Die Online-Ausgabe des Nachrichtenmagazins hat nicht gegen presseethische Grundsätze verstoßen; die Beschwerde ist unbegründet. Der Nutzer kann das Eigeninteresse des Verlages an der Veröffentlichung erkennen. Damit wurden die Anforderungen der im letzten Satz der Ziffer 7 festgehaltenen Erkennbarkeit des Verlags-Eigeninteresses erfüllt. Der Leser wird informiert, dass es sich nicht um eine unabhängige redaktionelle Berichterstattung, sondern um einen Beitrag über ein verlagseigenes Produkt handelt und somit kommerzielle Interessen vorliegen.

(BK2-444/09)

Aktenzeichen:BK2-444/09
Veröffentlicht am: 01.01.2009
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet