presserat

Verkauf von Textbeiträgen

Eine Kunstzeitschrift schreibt einen offenen Kunstpreis aus, um den sich jeder bildende Künstler bewerben kann. Zum Wettbewerb erscheint - anstelle eines Kataloges - ein Supplement, das der gesamten Ausgabe der Zeitschrift beiliegt. Jeder am Wettbewerb beteiligte Künstler kann selbst entscheiden, in welcher Größe ein Beitrag über ihn und sein Werk in dieser Sondernummer publiziert werden soll: Für diese Beiträge - vom Umfang bis zu einer Zeitungsseite groß - sollen die interessierten Künstler gestaffelte Preise entrichten. Den Interessenten wird ein entsprechend vorformuliertes Rückschreiben mit den einschlägigen Preisen für die Selbstpräsentation in Form von Artikeln bereitgestellt. Der Herausgeber eines Konkurrenzblattes hält das Angebot von Zeitungsberichten zum Kauf für einen Verstoß gegen den Pressekodex. Es stelle eine für den Leser nicht erkennbare Verquickung von Werbung, Insertion und Redaktion dar, wenn sich eine Zeitschrift zur Regel mache, sich die Beiträge über Künstler von diesen Künstlern direkt bezahlen zu lassen, ohne dass diese Beiträge dann als »Anzeigen« gekennzeichnet seien. Die Veranstalter des Wettbewerbs verweisen darauf, dass das Supplement vom redaktionellen Teil der Zeitschrift klar getrennt sei und in einer zusätzlichen Auflage von 15.000 Exemplaren auch als Ausstellungsführer diene. (1992)

Der Presserat missbilligt den Versuch des Verlags, den Umfang der Berichterstattung über Künstler im Rahmen eines Wettbewerbs von bezahlten Anzeigen abhängig zu machen, die der jeweilige Künstler in Auftrag geben sollte. Damit werden in unzulässiger Weise wirtschaftliche Interessen und redaktionelle Berichterstattung vermischt. Der Presserat sieht hier Ziffer 7 des Pressekodex verletzt, der eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken fordert. (B 28/92)

Aktenzeichen:B 28/92
Veröffentlicht am: 01.01.1992
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung