presserat

Käufliche Texte

Redaktionelle Beiträge dürfen nicht zum Kauf angeboten werden

Ein Wirtschaftsmagazin macht einem möglichen Kunden ein Angebot zum Kauf von redaktionellen Beiträgen. So soll ein ganzseitiger Artikel 1.000 Euro und ein redaktioneller Beitrag über zwei Seiten 1.700 Euro kosten. Ein Beitrag auf der Website des Magazins ist für 500 Euro erhältlich. Die Anzeigenberaterin bietet in ihrem Schreiben auch Kombinationen an. Eine Seite Text in der Printausgabe mit einem zusätzlichen Online-Beitrag ist für 1.300 Euro zu haben. Zwei Seiten in der Printausgabe mit zusätzlichem Online-Beitrag werden für 1.800 Euro gefertigt. Die Geschäftsführerin eines Landesverbandes des DJV sieht in diesem Angebot einen dreisten Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex und führt Beschwerde beim Deutschen Presserat. Der Chefredakteur des Magazins entschuldigt sich für den unkorrekten Vorgang. Von nun an werde man in jedem Fall entgeltliche Veröffentlichungen eindeutig kennzeichnen. PR-Texte werde man künftig mit dem Zusatz „Anzeige“ versehen. (2004)

Die Beschwerdekammer 1 des Presserats erteilt dem Magazin eine öffentliche Rüge. Mit dem Angebot, redaktionelle Texte zu kaufen, hat die Zeitschrift eindeutig gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Grundsatz der Trennung von Werbung und redaktionellem Text verstoßen. Die redaktionelle Berichterstattung muss ausnahmslos frei von finanziellen Gegenleistungen erfolgen. Artikel dürfen nicht verkauft werden, da durch eine solche Praxis die publizistische Glaubwürdigkeit geschädigt wird. (BK1-169/04)

(Siehe auch „Fotoveröffentlichung gegen Bezahlung“ B1-111/2003)

Aktenzeichen:BK1-169/04
Veröffentlicht am: 01.01.2004
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge