presserat

Wahlkampfanzeige nicht als Werbung gekennzeichnet

Redaktioneller Beitrag und Werbung kaum auseinanderzuhalten

Einen Tag vor der Kreistagswahl erscheint in einer Regionalzeitung eine Wahlwerbung des amtierenden CSU-Landrats. Die Anzeige ist blatthoch, schwarz-weiß und ist von einer Linie umgeben. Daneben steht ein redaktioneller Beitrag, in dem die Redaktion Wahlverfahren und Stimmzettelmodalitäten erläutert. Ein Leser sieht in der Kombination von Anzeige und redaktionellem Beitrag einen Fall von Schleichwerbung. Erst bei wiederholtem Hinsehen falle dem Leser auf, „dass es sich bei dem in Aufmachung und Art bewusst an den Artikel angelehnten Beitrag eher um eine bezahlte Werbung der CSU handelt“. Bei allen anderen Parteiwerbungen in der Ausgabe werde die Wahlwerbung deutlich mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet und auch grafisch deutlich vom redaktionellen Umfeld abgegrenzt. Nur bei der Anzeige des Landrats fehle dieser Hinweis. Nach Auffassung der Geschäftsleitung der Zeitung handelt es sich bei der beanstandeten Anzeige nicht um eine „irreführend gestaltete Werbung für die CSU, sondern um eine vom Kunden fertig gelieferte Anzeige“. Die Unterstellung des Beschwerdeführers, die Redaktion arbeite mit dem Kalkül, Ältere und Unwissende zu täuschen, weist die Verlagsleitung zurück. Die jetzt beanstandete Anzeige hebe sich deutlich vom redaktionellen Umfeld ab. Die Trennung sei eindeutig. Die Platzierung der Anzeige auf dieser Seite, so räumt die Geschäftsleitung ein, war unglücklich. Die Redaktion habe bei der Gestaltung des redaktionellen Teils nichts vom Inhalt der daneben platzierten Anzeige gewusst. Die Verantwortlichen seien bereits zu erhöhter Sensibilität in derartigen Fragen ermahnt worden. (2008)

Die Zeitung hat gegen Ziffer 7, Richtlinie 7.1, verstoßen. Darin werden die Verlage verpflichtet, bezahlte Veröffentlichungen so zu gestalten, dass sie für den Leser als Werbung erkennbar sind. Dies ist im Fall der CSU-Wahlanzeige nicht geschehen. Die übliche Kennzeichnung „Anzeige“ fehlt. Außerdem ähnelt die Anzeige dem daneben stehenden redaktionellen Beitrag so stark, dass der Leser nicht zweifelsfrei eine Grenze zwischen Redaktion und Werbung ziehen kann. Gerade in einer heißen Wahlkampfphase kann hier eine Beeinflussung des Lesers nicht ausgeschlossen werden. Der Beschwerdeausschuss spricht einen Hinweis aus. (BK2-52/08)

Aktenzeichen:BK2-52/08
Veröffentlicht am: 01.01.2008
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Hinweis