

Werbung für eine Firma nicht klar erkennbar

Beilagen-Impressum nennt sogar eine verantwortliche Redakteurin

Einer Zeitschrift ist im August 2009 ein Booklet beigelegt, in dem es um Soja geht. Das Impressum der 16seitigen Beilage nennt die verantwortliche Redakteurin und enthält den Hinweis auf die „freundliche Unterstützung von Alpro soya“. Die Beilage enthält 14 Abbildungen von Alpro soya-Produkten und ein Interview mit einer Mitarbeiterin des Unternehmens. Auf der letzten Seite steht ein Link zur Homepage der Firma mit Telefonnummer, unter der Unternehmensbroschüren bezogen werden können. Für einen Leser erweckt das Booklet den Eindruck einer redaktionellen Beilage. Es sei nicht als Werbung gekennzeichnet und wie die übliche Zeitschrift gestaltet. Aufgrund der Produktnennungen liege Schleichwerbung vor. Die Geschäftsführung des Verlages der Zeitschrift zeigt sich von der Beschwerde überrascht, sei man doch davon ausgegangen, die Leser über den Charakter der Beilage nicht im Unklaren gelassen zu haben. Der Hinweis im Impressum stelle eindeutig klar, dass dieses Unternehmen die Sonderausgabe finanziert habe. Diese Vorgehensweise sei in der Branche durchaus üblich. Auch die namentliche Erwähnung einer Mitarbeiterin des Unternehmens zeige, dass man nichts verheimlichen wolle. Im Übrigen weiche die Gestaltung von der üblichen Zeitschrift schon durch das kleine Format deutlich ab. (2009)

Der Beschwerdeausschuss sieht einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht einen Hinweis aus. Die Beilage ist nicht eindeutig als Werbung zu erkennen. Entsprechende Vorgaben der Richtlinien innerhalb der Ziffer 7 sind nicht beachtet worden. So wird zum Beispiel im Impressum eine verantwortliche Redakteurin genannt – analog zu redaktionellen Beilagen. Es wäre erforderlich gewesen, schon auf der Titelseite den Werbecharakter unmissverständlich zu verdeutlichen. (BK1-310/09)

Aktenzeichen: BK1-310/09

Veröffentlicht am: 01.01.2009

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: Hinweis