presserat

Trennung von Text und Anzeigen

Auf sechs redaktionell gestalteten Seiten einer Lokalzeitung wirbt eine Partei für ihre Politik. Die Seiten sind am oberen Rand mit dem Wort »Anzeige« gekennzeichnet, ansonsten aber in gleicher Aufmachung wie die Rubriken »Sport« oder »Politik« mit der Bezeichnung »Pluspunkt« versehen. Zwei Leser halten diese Form der Parteiwerbung für bedenklich, da sie den Eindruck eines redaktionellen Textes erweckt. (1989)

Der Deutsche Presserat spricht der Zeitung wegen Verletzung von Ziffer 7 des Pressekodex eine öffentliche Rüge aus. Sie hat den Grundsatz missachtet, dass sich Anzeigen durch Anordnung und Gestaltung vom redaktionellen Teil unterscheiden müssen. Zwar ist am oberen Rand jeder Seite das Wort »Anzeige« vermerkt. Der Presserat hält dies jedoch nicht für ausreichend. Er bezieht sich dabei auf die Richtlinien des Zentralausschusses für die Werbewirtschaft (ZAW), wonach eine deutliche Kennzeichnung als Anzeige nur dann vorliegt, wenn der Hinweis »Anzeige« - gemessen an dem Gesamterscheinungsbild der Anzeige - durch Platzierung, Schriftart, -grad und -stärke den Durchschnittsleser bereits bei flüchtiger Betrachtung auf den Anzeigencharakter der Veröffentlichung aufmerksam macht. Auch die Veröffentlichung eines »Impressums« auf der letzten Seite der Anzeigenfolge entspricht nicht dem Gebot, dass der Auftraggeber an deutlich sichtbarer Stelle kenntlich gemacht werden muss. Als besonders irreführend für den Leser wertet der Presserat die Tatsache, dass innerhalb der redaktionell gestalteten Anzeige andere Anzeigen in herkömmlicher Weise veröffentlicht wurden. Ebenfalls irreführend ist die Einleitung der Anzeigenstrecke mit der Überschrift »Nachrichten aus dem Landkreis ... «.

Aktenzeichen:B 11/89
Veröffentlicht am: 01.01.1989
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge