

„Es kommt zu Überschneidungen“

Industrie bewirbt CDs und DVDs, über die die Redaktion berichtet

Diverse Musiker und Bands sind Thema in zwei aufeinanderfolgenden Ausgaben einer Zeitschrift. Für die neuen CDs der redaktionell vorgestellten Interpreten wird in beiden Heften mit Anzeigen geworben. In der Kombination zwischen redaktionellen Beiträgen und Anzeigen sieht ein Leser der Zeitschrift eine Verletzung des Trennungsgebotes nach Ziffer 7 des Pressekodex. Der Herausgeber der Zeitschrift meint, es liege in der Natur der Sache, dass man zu diversen Berichten über Gruppen, Interpreten, CD-Veröffentlichungen, Tourneen etc. gleichzeitig auch Werbung im Heft habe. Man berichte natürlich über Musiker, die aktuell eine CD veröffentlicht hätten oder auf Tour seien. Verständlicherweise bewerbe die Industrie auch solche aus ihrer Sicht aktuellen Inhalte. So komme es zu entsprechenden Überschneidungen. Darüber hinaus habe man deutlich mehr redaktionelle Beiträge im Heft, zu denen keinerlei Werbung veröffentlicht werde. Die Redaktion bespreche pro Ausgabe 300 bis 400 CDs, DVDs und Bücher. Hätte man zu jedem dieser Beiträge auch Werbung im Heft, „wäre das toll“. Im Hinblick auf den Beschwerdeführer teilt der Herausgeber mit, dass dieser seit Jahren Abonnent der Zeitschrift sei. Er habe der Redaktion immer wieder Themenvorschläge unterbreitet, die die Redaktion aus sachlichen Gründen habe ablehnen müssen. Nach diesen negativen Bescheiden seien die Briefe immer vorwurfsvoller geworden. Insgesamt seien die vom Beschwerdeführer unterstellten Zusammenhänge völlig haltlos.

Der Beschwerdeausschuss sieht in den genannten Veröffentlichungen keinen Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex. Die Beschwerde ist unbegründet. Die zeitgleiche Veröffentlichung von redaktionellen Beiträgen über Konzerte und CDs sowie entsprechenden Anzeigen sei nicht zu kritisieren. Die Zeitschrift kann überzeugend darlegen, dass es in der Natur der Sache liegt, dass aktuelle CDs und Konzertauftritte, über die redaktionell berichtet wird, von den Plattenfirmen und den Veranstaltern entsprechend beworben werden. Es gibt demnach keinen Anlass, von Kopplungsgeschäften auszugehen und zu vermuten, dass die redaktionelle Berichterstattung nur erfolgt ist, weil entsprechende Anzeigen geschaltet wurden. 0667/12/2

Aktenzeichen:0667/12/2

Veröffentlicht am: 01.01.2013

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

Entscheidung: unbegründet