

## Anzeige nicht zwingend als solche erkennbar

### Illustrierte beachtet das Trennungsgebot nach Ziffer 7 nicht ausreichend

Eine Illustrierte berichtet über die Innenraumgestaltung von Autos und eine entsprechende Studie von BMW. Im Seitenkopf sind die Logos von BMW, Mini und Rolls Royce zu sehen. Am Ende des Beitrags weist das Blatt auf ein „Online-Special“ mit einem Link inklusive Firmennennung hin. Ein Leser der Illustrierten bemängelt, dass nicht deutlich werde, ob es sich bei der Veröffentlichung um einen redaktionellen Beitrag oder um eine Anzeige handelt. Das Layout sowie der Link zur Homepage der Illustrierten suggerierten einen redaktionellen Charakter. Nach dem Lesen hingegen sei er zu der Auffassung gelangt, dass es sich eher um Werbung handele. Wenn dem so sei, habe das Blatt dies nicht hinreichend deutlich gemacht und somit gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennungsgebot) verstoßen. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift widerspricht der Beschwerde und vertritt die Auffassung, dass die Anzeige schon durch Anordnung und Gestaltung als Werbung zu erkennen sei. Sie entscheide sich in der Gestaltung deutlich vom Layout der danebenstehenden redaktionellen Seite. Die Anzeige sei vom redaktionellen Umfeld auch durch die hellblaue Unterlegung abgegrenzt. Dieses Gestaltungselement finde sich im redaktionellen Teil des Heftes an keiner Stelle. Auch die Verwendung der Logos über dem Titel kläre den Leser auf den ersten Blick darüber auf, dass es sich um eine Anzeige des Autoherstellers handele.

Die Zeitschrift hat das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex nicht genügend beachtet, weshalb der Beschwerdeausschuss einen Hinweis ausspricht. Die Anzeige ist für den durchschnittlichen Leser nicht zwingend als solche erkennbar. Aufgrund der redaktionellen Aufmachung der Werbung besteht die Gefahr, dass zumindest ein Teil der Leser zu der Auffassung gelangen könnte, dass es sich bei der Anzeige um einen von der Redaktion verfassten Artikel handelt. Für die Zukunft empfiehlt der Presserat, Werbung wie die vorliegende mit dem Hinweis „Anzeige“ zu kennzeichnen oder sie durch gestalterische Merkmale deutlicher vom redaktionellen Text abzugrenzen. (0595/16/3)

**Aktenzeichen:**0595/16/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2016

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

**Entscheidung:** Hinweis