presserat

Eine grobe Irreführung der Leser

Zeitung kennzeichnet Werbung für Unternehmen nicht ausreichend

Auf einer mit „Exklusiv“ überschriebenen Seite veröffentlicht eine Regionalzeitung drei Anzeigen für ein Restaurant, ein Betten-Fachgeschäft und einen Hörgeräte-Akustiker. Den Anzeigen ist jeweils ein redaktionell gestalteter Text beigefügt. Ein Leser der Zeitung sieht in den redaktionell gestalteten Beiträgen eine Werbung, die nicht als solche gekennzeichnet ist. Er weist auf mehrere Beschwerden hin, die er in letzter Zeit wegen ähnlich gelagerter Veröffentlichungen in dieser Zeitung an den Presserat gerichtet habe. Der Chefredakteur gibt in seiner Stellungnahme dem Beschwerdeführer recht. Die in der Beschwerde genannte Seite sei entgegen der sonstigen Übung nicht ausdrücklich als Werbung gekennzeichnet gewesen. Es handele sich um ein Versehen, das ausschließlich technische Gründe habe. Üblicherweise werde dieses Seitenformat nach einem Presserat-Hinweis vom Vorjahr eindeutig durch Anzeigen-Hinweise kenntlich gemacht.

Der Beschwerdeausschuss erkennt eine deutliche Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Wie das Gremium der Zeitung schon im Rahmen zweier vorangegangener Beschwerdeverfahren mitgeteilt hatte, muss Werbung nach Richtlinie 7.1 eindeutig als solche gekennzeichnet sein. Dies ist nun erneut nicht der Fall. Es besteht die Gefahr, dass der Leser die redaktionell gestalteten PR-Texte nicht als Werbung erkennt und davon ausgeht, dass es sich um unabhängige redaktionelle Veröffentlichungen handelt. Somit liegt eine grobe Irreführung vor.

Aktenzeichen:0235/20/3
Veröffentlicht am: 01.01.2020
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge