

## Werbung mit fiktivem Asteroiden-Einschlag

### Redaktionell gestalteten Beitrag mit Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet

Vier regionale Boulevardzeitungen veröffentlichen am gleichen Tag auf ihrer Titelseite Beiträge, in denen es um einen acht Tage später drohenden Asteroiden-Einschlag auf der Erde geht. Mit dem Anreißer, der redaktionell gestaltet und mit einem kleinen Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet ist, wird jeweils auf einen Beitrag im Inneren des Blattes hingewiesen. Dabei handelt es sich um eine ganzseitige Anzeige, in der für eine neue Serie geworben wird, die von einem Pay-TV-Sender ausgestrahlt wird. In deren Mittelpunkt werde ein fiktiver Asteroiden-Einschlag stehen. Alle vier Zeitungen sehen sich mit mehreren Beschwerden von Lesern konfrontiert. Durch alle zieht sich die Kritik, dass der Beitrag auf der Titelseite trotz des Anzeigen-Hinweises nicht klar als Werbung erkennbar ist. Er erwecke den Eindruck einer redaktionellen Berichterstattung und sei geeignet, beim Leser Ängste zu wecken und Panik zu schüren. Ein Chefredakteur räumt in seiner Stellungnahme ein, dass Ort, Umfang und Art der kritisierten Anzeige ungewöhnlich seien. Die Werbung spiele natürlich bewusst mit einer auf den ersten Blick redaktionellen Aufmachung. Gleichwohl sei die Werbung für den verständigen Betrachter durch das Wort „Anzeige“ als solche eindeutig erkennbar. Ein anderer weist auf unterschiedliche Reaktionen aus dem Leserkreis hin. Da etwa sei die Rede von einer „witzigen und zugleich sehr mutigen“ Präsentation oder auch einer „großartigen Werbeform“. Ein Chefredakteur hat mit Bestürzung registriert, dass ein Leser „mehrere schockierte Minuten“ gebraucht habe, um zu verstehen, dass es sich bei dem Beitrag um eine Fiktion handele. Im Hinblick auf eine Erweiterung der Beschwerde auf eine mögliche Verletzung der Ziffer 1 des Pressekodex (Ansehen der Presse) weist ein Chefredakteur darauf hin, dass die als solche gekennzeichnete Werbung mit dem Pressekodex zu vereinbaren sei.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Veröffentlichungen der vier Zeitungen Verstöße gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Grundsatz der klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Er spricht öffentliche Rügen aus. Die Anzeige ist für den durchschnittlichen Leser nicht auf Anhieb als solche erkennbar. Die entsprechende Kennzeichnung ist sehr klein gehalten und wird durch die redaktionell anmutende Darstellung auf der Titelseite völlig in den Hintergrund gerückt. Im konkreten Fall besteht die Gefahr, dass Leser die Veröffentlichung für eine redaktionelle Berichterstattung über ein real drohendes Ereignis halten. Der Presserat erkennt im konkreten Fall außerdem eine Verletzung der Ziffer 1 des Kodex. Das Ansehen der Presse wird durch die Veröffentlichung gefährdet. Die Zeitungen sind einer bewussten Vermengung von Falschinformationen zu

Werbezwecken und redaktioneller Aufmachung und Information nicht entgegengetreten.

**Aktenzeichen:**0125 bis 0128/19/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2019

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

**Entscheidung:** öffentliche Rüge