

Der Gegensatz zum „üblichen Special“

Der Begriff „Kundenspecial“ wird künftig durch „Werbespecial“ ersetzt

Die Online-Ausgabe einer Regionalzeitung veröffentlicht ein so genanntes „Kundenspecial“ einer privaten Bahngesellschaft. Darin werden Angebote des Unternehmens vorgestellt, zu dem der Nutzer über mehrere Links geführt wird. Aus Sicht eines Lesers der Zeitung handelt es sich bei der Veröffentlichung um Werbung, die nicht als solche gekennzeichnet ist. Die Zeitung teilt mit, dass der beanstandete Beitrag unter der Rubrik „Specials“ und dort unter „Kundenspecials“ stehe. Dadurch werde deutlich, dass es sich im Gegensatz zu einem üblichen Special, das meist Informationen über Eigenveranstaltungen und ähnliches enthalte, um das Special eines Kunden handle. Für den Leser sei diese Kennzeichnung ausreichend, um die Werbung zu erkennen. Das beanstandete Kundenspecial sei mit einem Logo des Kunden versehen. Die veröffentlichten Fotos seien mit PR gekennzeichnet. Um etwaige Missverständnisse künftig zu vermeiden, werde man ab sofort auf den Begriff „Kundenspecial“ verzichten und die Bezeichnung „Werbespecial“ verwenden. Die Zeitung bittet den Presserat – sollten dagegen Bedenken bestehen – um einen entsprechenden Hinweis. (2010)

Die Zeitung hat gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen, weshalb der Presserat einen Hinweis ausspricht. In Richtlinie 7.1 ist festgehalten, dass bezahlte Veröffentlichungen so gestaltet sein müssen, dass sie als Werbung für den Leser erkennbar sind. Dies ist hier nicht der Fall. Die Bezeichnung „Kundenspecial“ ist nicht geeignet, dem Leser den Werbecharakter des Beitrages zu verdeutlichen. Eine ausreichende Kennzeichnung im Sinne der Richtlinie 7.1 würde beispielsweise mit dem Begriff „Anzeige“, aber auch der Bezeichnung „Werbespecial“, wie sie die Redaktion künftig verwenden will, vorliegen. (0278/10/1-BA)

Aktenzeichen:0278/10/1-BA

Veröffentlicht am: 01.01.2010

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

Entscheidung: Hinweis