

Anzeigen und Text in enger Nachbarschaft

Zeitschrift empfiehlt eine bestimmte Spritzenkur als Gesundheitstipp

In zwei Beiträgen innerhalb einiger Wochen beschäftigt sich eine Programm-Zeitschrift jeweils mit Wegen, das Immunsystem zu stärken. Die Überschriften lauten „Mehr Lebenskraft fürs neue Jahr“ und „Mit neuem Schwung durchs Frühjahr“. In beiden Artikeln wird dabei unter anderem eine spezielle Aufbaukur empfohlen, die per Spritze verabreicht wird. Positive Effekte seien oft schon nach der ersten Behandlung spürbar. Die Überlegenheit der Vitaminspritze gegenüber Tabletten sei in einer Studie von Wissenschaftlern belegt worden. Jeweils rechts neben den beiden Artikeln steht eine Anzeige für eine wie im Artikel beschriebene Aufbaukur. Ein Leser der Zeitschrift sieht in den Artikeln einen Verstoß gegen die Richtlinie 7.2 des Pressekodex. Die Autorin empfehle in beiden Beiträgen eine Spritze mit einer bestimmten Vitaminkombination. Für dieses Präparat werde in beiden Fällen per beigestellter Anzeige geworben. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift nimmt zu der Beschwerde Stellung. Ein durchschnittlich informierter Leser erkenne deutlich, dass eine Abgrenzung zwischen dem redaktionellen Beitrag und der Anzeige bestehe und sich der redaktionelle Beitrag gerade nicht ausdrücklich auf das beworbene Produkt beziehe, sondern unabhängige Informationen enthalte. Grundsätzlich stellt die Rechtsvertretung der Zeitschrift fest, dass ein paralleles Erscheinen eines redaktionellen Beitrages und einer Anzeige für sich genommen noch keinen Verstoß gegen die Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) begründet. Erst wenn eine Verschleierung des kommerziellen Zweckes eines redaktionellen Beitrags feststellbar sei, ergebe sich aus der Koppelung ein Verstoß gegen Ziffer 7.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Berichterstattung Verstöße gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Gebot zur strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Der durchschnittliche Leser kann die redaktionellen Beiträge und die unmittelbar daneben platzierten Anzeigen als aufeinander bezogene Elemente wahrnehmen. Einen solchen Eindruck formuliert der Beschwerdeführer in seiner Kritik. Im Ergebnis verstoßen die Berichterstattungen in Kombination mit den Anzeigen gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Kodex. Der Trennungsgrundsatz nach Richtlinie 7.1 des Kodex wurde hingegen nicht verletzt. Artikel und Anzeige sind als eigenständige Veröffentlichungen erkennbar. Ebenso liegt keine Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Kodex vor, da der redaktionelle Text keine Hinweise auf Unternehmen oder Erzeugnisse im Sinne der Richtlinie enthält.

Veröffentlicht am: 01.01.2020

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

Entscheidung: Missbilligung