

Werbung

“Seit Monaten ärgere ich mich über die Aufmachung im überregionalen Sportteil meiner Zeitung”, schreibt ein Leser an den Deutschen Presserat. “Da wird auf Seite 1 immer an derselben Stelle im unteren Drittel über Fußball berichtet. Das ist ja nichts Besonderes. Aber geschickt wird der Artikel mit der Werbung für Bier verbunden. Als Leser könnte man meinen, das Foto oder die Werbung gehöre zur Sportberichterstattung. Der Hinweis auf eine Anzeige fehlt.” Die Bierwerbung findet sich in dem Bild eines Stadions, in dessen Fahnen die Biermarke vermerkt ist. Die Rechtsabteilung des Verlags ist der Meinung, die Farbanzeige sei bereits durch Anordnung und Gestaltung als solche zu erkennen. Der Bezeichnung “Anzeige” bedürfe es demnach nicht. (1996)

Der Presserat beantwortet die Beschwerde mit einem Hinweis, dass hier Ziffer 7 des Pressekodex verletzt worden ist. Der Anzeige hätte der Vermerk “Anzeige” beigegeben werden müssen, denn für den flüchtigen Leser ist sonst nicht erkennbar, dass mit dieser Illustration im Text für Bier geworben wird. Rasen, Zuschauerränge, Stadionsdach und Flutlichtmasten geben dem dargestellten Motiv den Charakter eines authentischen Zeitungsfotos. Beim Betrachten des Fotos entsteht dadurch der Eindruck, es handle sich bei der Anzeige um ein Originalfoto aus einem Fußballstadion. Dieser Eindruck wird auch dadurch verstärkt, dass die Anzeige in einen Artikel zum Thema “Fußball” hineinragt. (B 36/96)

(Siehe auch “Geschäftseröffnung”, “Sport” und “Zeitung in der Schule”)

Aktenzeichen: B 36/96

Veröffentlicht am: 01.01.1996

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

Entscheidung: Hinweis