

Im Suchspiel fehlte der Anzeigehinweis

Chefredaktion weist auf Versehen hin und entschuldigt sich

In einer Kinderzeitschrift erscheint eine ganzseitige Firmenanzeige mit einem Fehler-Suchspiel. Eine Leserin kritisiert, dass die Anzeige nicht als Werbung erkennbar ist. Insbesondere das Fehlersuchspiel erwecke den Eindruck eines redaktionellen Beitrags. Die Chefredakteurin räumt sowohl in einer E-Mail an die Beschwerdeführerin als auch gegenüber dem Presserat ein, dass schon durch die Gestaltung der Eindruck entstehen könne, die Anzeige gehöre zum redaktionellen Inhalt der Zeitschrift. Es sei aber rein zufällig, dass die Anzeigenseite ähnlich wie der redaktionelle Teil gestaltet worden sei. Die Anzeigenseite sei erst sehr spät in das Blatt eingefügt worden. Dabei habe man die verstärkende Wirkung übersehen. Die Zeitschrift habe mit der Agentur der werbenden Firma Kontakt aufgenommen und sie verpflichtet, bei künftigen Veröffentlichungen den Anzeigehinweis zu platzieren. Die Redaktion entschuldigt sich für ihr Versehen. (2008)

Die Zeitschrift hat den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Trennungsgrundsatz verletzt. Dort ist festgehalten, dass Verleger und Redakteure auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken achten. Das ist in diesem Fall nicht geschehen. Wie die Redaktion selbst einräumt, besteht eine Ähnlichkeit der Anzeige mit redaktionellen Veröffentlichungen im Heft. Die Werbung kann durchaus für einen redaktionellen Beitrag gehalten werden. Insbesondere bei Kindern als Zielgruppe einer Publikation ist eine klare Kennzeichnung der Werbung erforderlich. Die Verantwortung liegt bei der Redaktion und kann nicht an den Werbetreibenden abgegeben werden. Der Presserat spricht einen Hinweis aus. (BK1-123/08)

Aktenzeichen: BK1-123/08

Veröffentlicht am: 01.01.2008

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

Entscheidung: Hinweis