

Werbung muss für den Leser erkennbar sein

Der Hinweis „Anzeige“ sorgt für die erforderliche Klarheit

Eine Zeitschrift berichtet unter der Überschrift „Verbraucherinnen berichten: So kriegen Sie die Falten klein!“ über eine mit dem Produktnamen genannte Anti-Aging-Creme. Nach Auffassung eines Lesers handelt es sich bei der Veröffentlichung um Werbung, die nicht als solche gekennzeichnet wurde und für den Leser nicht als Anzeige erkennbar ist. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Rechtsabteilung der Zeitschrift teilt mit, dass es sich bei der Veröffentlichung um Werbung handelt. Wegen der gestalterischen Merkmale sei dies für die Leser erkennbar. Die Redaktion habe zwei Fotos veröffentlicht, die eindeutig auf das Produkt hinwiesen. Sie seien als werbliche Fotos zu erkennen. In der Anzeige werde 16mal auf das Produkt verwiesen. Art und Häufung der Nennung des Produktnamens fänden sich nur in Anzeigen und seien im redaktionellen Umfeld fremd. Zudem unterscheide sich die Gestaltung in Layout, Schrifttyp, Schriftgröße und Umbruch deutlich vom sonstigen redaktionellen Umfeld. Auch werde der im Beitrag erwähnte Experte eindeutig und am Anfang der Empfehlung als Forschungsleiter des beworbenen Unternehmens vorgestellt. Abschließend teilt die Zeitschrift mit, dass der Verlag das Unternehmen von der Beschwerde unterrichtet habe. Konsequenz: Die Anzeige wird geändert. (2007)

Der Presserat spricht gegen die Zeitschrift wegen einer Verletzung der Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) eine öffentliche Rüge aus. Werbung muss für die Leser als solche erkennbar sein. Diese Anforderung wurde im vorliegenden Fall nicht erfüllt. Zwar ist die Anzeige in Details anders gestaltet als der redaktionelle Teil der Zeitschrift. Dies reicht jedoch nicht aus. Auch die Tatsache, dass der Forschungsleiter der Firma in der Anzeige zu Wort kommt bzw. in einem Interview vorgestellt wird, trägt nicht zur klaren Identifizierbarkeit der Veröffentlichung als Werbung bei. Der Beschwerdeausschuss empfiehlt der Zeitschrift, Werbung künftig deutlich zu kennzeichnen. Das kann über die Gestaltung erfolgen. Allerdings ist der Hinweis „Anzeige“ – wie im Blatt an anderen Stellen geschehen – besser geeignet, für die erforderliche Klarheit zu sorgen. (BK2-169/07)

Aktenzeichen: BK2-169/07

Veröffentlicht am: 01.01.2007

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

Entscheidung: öffentliche Rüge