

Sponsoring von Textseiten

Logo einer Bierbrauerei für den Leser klar als Werbung erkennbar

Eine Regionalzeitung kennzeichnet die Führungsseite ihres Sportteils mit dem Logo einer Bierbrauerei und dem Hinweis, dass der „Sport am Montag“ von dieser präsentiert werde. Ein Landesverband des Deutschen Journalisten-Verbandes bittet den Deutschen Presserat um Prüfung, ob diese Art der Präsentation von Sportseiten möglicherweise gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte Trennung von redaktionellem Text und Werbung verstößt. Die Rechtsabteilung der Zeitung stellt fest, dass der Beschwerdeführer ein Beitragssponsoring beanstandete. Im TV-Bereich sei ein so genanntes Sendesponsoring schon lange bekannt. Die Übertragung dieser Praxis auf den Printbereich sei wirtschaftlich sinnvoll. Bei dem Sendesponsoring sei ein entsprechender Hinweis nicht nur rechtlich zulässig, sondern sogar geboten. Wegen des in § 8 Abs. 1 des Rundfunkstaatsvertrages enthaltenen allgemeinen Rechtsgrundsatzes habe sich die Zeitung verpflichtet gesehen, den beanstandeten Hinweis aufzunehmen. Der Leser werde dadurch über den Umstand der Förderung hinreichend aufgeklärt. Ein Verstoß gegen das Trennungsgebot liege nicht vor. Der Hinweis sei schon durch seine Anordnung und Gestaltung als Werbung zu erkennen. Man stehe mit der Veröffentlichung eines solchen Hinweises auch keineswegs alleine da. Als Beispiele dafür sind der Stellungnahme entsprechende Belege aus zwei Boulevardblättern und zwei Regionalzeitungen beigelegt. (2001)

Der Presserat kommt zu dem Ergebnis, dass im vorliegenden Fall Ziffer 7 des Pressekodex nicht verletzt wird und die Beschwerde als unbegründet zurückzuweisen ist. Für das Gremium steht fest, dass der Hinweis der Bierbrauerei für den Leser klar als Werbung bzw. Sponsoring erkennbar ist, da er deutlich vom redaktionellen Text abgesetzt ist. Eine Vermischung von Werbung und redaktionellem Text liegt somit nicht vor, da Anordnung und Gestaltung die Werbung verdeutlichen. (B 29/02)

(Siehe auch „Werbung“ B 25/96, B 29/96, B 30/96 und B 36/96)

Aktenzeichen:B 29/02

Veröffentlicht am: 01.01.2002

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

Entscheidung: unbegründet