

## Werbung für einen Politiker

### Kombination von redaktionellen Beiträgen mit Wahlanzeigen

Eine Lokalzeitung berichtet in einem Vierspalter über die bevorstehende Bundestagswahl und die Direktkandidaten für den Wahlkreis. Dem Beitrag beigelegt ist eine zweispaltige Anzeige der CDU, in welcher deren Direktkandidat vorgestellt und der Hinweis gegeben wird, dass die Kandidaten der FDP und der SPD auf deren Landeslisten abgesichert sind. Am folgenden Tag berichtet das Blatt in gleicher Größe über eine regionale Wirtschaftsmesse. Wiederum ist neben dem Artikel eine zweispaltige Anzeige der CDU platziert, in welcher die Werbung für den Kandidaten der Partei mit dem Hinweis verbunden wird, dass dieser während der Messe am Stand der Mittelstandsvereinigung anwesend sein wird. Drei Leser und zwei Leserinnen der Zeitung erwarten vom Deutschen Presserat eine Rüge. Sie meinen, dass hier die Trennung zwischen redaktionellem Text und Anzeigenwerbung nicht mehr gegeben ist. Die beiden redaktionellen Veröffentlichungen seien mit dem Wahlauftritt des CDU-Kandidaten verbunden dargestellt. Die Anzeigenleitung der Zeitung teilt in ihrer Stellungnahme mit, der Redaktion sei der Inhalt der Anzeigen nicht bekannt gewesen. Der CDU-Kandidat bewirbt auch eine Seniorenresidenz. Insofern könne der Redakteur auf Grund des Namens des Inserenten nicht unterscheiden, welche Art von Anzeige vorliege. Der Politiker habe in der Wahlkampfphase mehrere Anzeigen aufgegeben, so dass dem Leser hätte bekannt sein müssen, dass es sich in diesem Fall um Anzeigen handele. In der Phase vor der Wahl hätten auch andere Parteien umfangreich geworben, dies auch ohne besondere Kennzeichnung. Generell werden in der Zeitung eine Trennung zwischen Anzeigen- und Redaktionsform nur dann vorgenommen, wenn eine Verwechslungsgefahr vorliege. Eine solche ist nach Meinung der Anzeigenleitung im konkreten Fall nicht gegeben, da die Anzeige von einem Rahmen umgeben sei und die Grundschrift sich deutlich von der Schrift des Redaktionstextes abhebe. Man werde künftig eine Lösung finden, wie eine Trennung zwischen Text und Werbung noch deutlicher gemacht werden könne. (2002)

Der Presserat sieht in der Kombination des Beitrages über die bevorstehende Bundestagswahl mit der daneben stehenden Anzeige des CDU-Kandidaten einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex, der zu missbilligen ist. Das Gremium kritisiert insbesondere nahezu wörtliche Übereinstimmungen zwischen Text und Anzeige. So wird der in der Anzeige enthaltene Hinweis, dass die Abgeordneten von FDP und SPD über die Landesliste abgesichert seien und der CDU-Kandidat nur über den Direktgewinn des Wahlkreises in den Bundestag einziehen könne, durch eine Passage in dem redaktionellen Artikel unterstützt. Die geforderte Trennung von

redaktionellem Text und Werbung wird dadurch aufgehoben. An der Kombination des Textes über die Wirtschaftsmesse mit einer Anzeige, in welcher der Politiker seine Anwesenheit auf dieser Messe ankündigt, hat der Presserat dagegen nichts auszusetzen. Er sieht keine Anhaltspunkte dafür, dass diese Gestaltung absichtlich erfolgt ist. Dieser Teil der Beschwerde ist daher unbegründet. (B 219/02)

(Siehe auch „Anzeigen mit Text kombiniert“ B 90/02, „Werbung für eine Krankenkasse“ B 19/02 sowie „Werbung und Text kombiniert“ B 178/01)

**Aktenzeichen:**B 219/02

**Veröffentlicht am:** 01.01.2002

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

**Entscheidung:** Missbilligung