

Werbung für Männergeschenke

Acht Seiten Geschenkvorschlge nicht als Anzeigen deklariert

Unter der Überschrift „Mnnerwnsche“ offeriert eine Zeitschrift ihren Leserinnen und Lesern auf acht Seiten in Wort und Bild Produkte, die sich als Weihnachtsgeschenke für Männer eignen. Die Ideen schließen High Tech und Genuss, Praktisches und Verspieltes ein. Ein Leser bittet den Deutschen Presserat um Prüfung. Nach seiner Ansicht verstößt die Veröffentlichung gegen Ziffer 7 des Pressekodex und ist ein besonders schlimmes Beispiel der immer mehr um sich greifenden Vermischung von redaktionellen Inhalten und bezahlter Werbung. Es werde alles getan, die Seiten redaktionell aussehen zu lassen, jedoch handele es sich um den typischen Fall einer Weihnachtspromotion, die nicht als Anzeige gekennzeichnet worden sei. Zudem werde mit den einleitenden Sätzen der Eindruck erweckt, als handele es sich um Produktempfehlungen der Redaktion. Weitere Indizien dafür, dass es sich um bezahlten Anzeigenraum handele, seien die klassische Aufteilung in ganze, halbe und viertel Seiten sowie die fehlenden Seitenzahlen. Die Texte seien absolut werblich und nicht im Inhaltsverzeichnis aufgeführt, was sonst ebenfalls nur bei Anzeigen der Fall sei. Die Rechtsabteilung des Verlages bestätigt die Vermutung des Beschwerdeführers. Die Anzeigenleitung habe vor der Veröffentlichung die Anweisung gegeben, jede Seite der Strecke mit der Kennzeichnung „Anzeige“ zu versehen. Dies sei bei der Reproduktion jedoch leider versäumt worden. Dies bedauert man, sieht jedoch keine arglistige Täuschung, da kein Tuschungswille vorgelegen habe. (2001)

Der Presserat ahndet diesen groben Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex mit einer öffentlichen Rüge. Wie die Rechtsabteilung des Verlages selbst eingesteht, wurde mit der Veröffentlichung gegen das Gebot der klaren Trennung von redaktionellem Text und bezahlter Werbung verstoßen. Für den Leser ist die Werbung als solche nicht erkennbar. (B 244/01)

Aktenzeichen:B 244/01

Veröffentlicht am: 01.01.2001

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

Entscheidung: ffentliche Rüge