

Der Leser weiß, womit er es zu tun hat

Zeitschrift deklariert sich einwandfrei als Werbe- und PR-Magazin

In einer Zeitschrift, die schon im Titel die Schönheiten einer deutschen Landschaft preist, erscheint ein Beitrag über ein Brüderpaar, das eine große Stiftung gegründet hat. Auf der gegenüberliegenden Seite ist eine Anzeige platziert, in der für ein Hotel-Projekt der Brüder geworben wird. Ein Verlagsrepräsentant wendet sich als Beschwerdeführer an den Deutschen Presserat. Nach seiner Auffassung handelt es sich um einen von dem Brüderpaar gekauften PR-Beitrag, den die Zeitschrift nicht als Anzeige gekennzeichnet hat. Die Anzeige ruft seine Kritik hervor, weil der darin enthaltene Textteil nicht als Werbung für den Leser erkennbar sei, sondern auf diesen wie ein Bestandteil des links davon stehenden Textbeitrages wirken müsse. Durch die Adressenangaben am Schluss entstehe der Eindruck eines Infokastens im Rahmen einer redaktionellen Berichterstattung und nicht etwa der des Abschlusses einer Anzeige. Die Chefredaktion der Zeitschrift teilt mit, der strittigen Ausgabe könne man entnehmen, dass der Bericht über die Stiftungsgründer in einem Stadt-Kollektiv veröffentlicht wurde. Text, Bild und Anzeige seien von der Firma der Brüder zur Verfügung gestellt worden. Die Redaktion habe den Beitrag redigiert. Für den Leser sei durchaus ersichtlich, dass es sich um die Darstellung eines Unternehmens handelt, das unter anderem das erwähnte Hotel betreibt. (2007)

Die Zeitschrift hat nicht gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennungsgebot zwischen redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Zeitschrift ist das „offizielle Mitteilungsorgan“ der Landschaft, in der sie erscheint und deren Namen sie im Titel trägt. Der Leser erkennt, dass er es mit einem Werbe- bzw. PR-Magazin zu tun hat. Er kann einschätzen, dass die in dem Heft veröffentlichten Beiträge nicht aus einer unabhängigen Redaktion stammen, sondern interessengesteuerte Darstellungen sind. Durch die entsprechende Kennzeichnung wurden die Anforderungen der Ziffer 7 erfüllt. (BK2-37/07)

Aktenzeichen: BK2-37/07

Veröffentlicht am: 01.01.2007

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

Entscheidung: unbegründet