

„Pelzgeschäft ´unbedingt´ besuchen“

Stadtmagazin kennzeichnet aus Unerfahrenheit Werbung nicht

Ein Stadtmagazin berichtet über ein Pelzgeschäft, welches der Überschrift zufolge eine Tradition fortsetzt. Ein Leser sieht in der Veröffentlichung einen unredigierten Werbetext mit eindeutiger Reklamesprache. Eine Kennzeichnung als Anzeige fehle. Vor allem der Schlusssatz stößt dem Beschwerdeführer, der den Deutschen Presserat anruft, übel auf. Danach wird Besuchern der betreffenden Stadt nahe gelegt, dem Geschäft „unbedingt“ einen Besuch abzustatten. Das Magazin teilt mit, es sei in ähnlicher Angelegenheit bereits gerügt worden. Der nunmehr kritisierte Beitrag habe in der gleichen Ausgabe gestanden. Es könne daher nicht sein, dass das Magazin aus Unerfahrenheit heraus für die gleiche Angelegenheit nochmals gerügt werde. Das hätte man ja schon mit der vorangegangenen Beschwerde erledigen können. Der Lizenzgeber für die Stadtmagazine ergänzt, er sei stets darum bemüht, neue Lizenznehmer zu schulen, um Verstöße wie im vorliegenden Fall von vornherein zu vermeiden. Aus seiner – des Lizenzgebers - Sicht sei die Sachlage klar: Bei dem kritisierten Beitrag handele es sich zweifelsfrei um einen Artikel, der als Anzeige hätte gekennzeichnet werden müssen. Der Verleger räumt den Fehler ein und entschuldigt ihn mit Problemen im Produktionsablauf. Der Lizenznehmer habe versichert, künftig auf die Anzeigenkennzeichnung zu achten, so dass es nicht zu weiteren Beschwerden kommen werde. (2005)

Die Zeitschrift hat gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennungsgebot zwischen redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Der Presserat hat in einem ähnlich gelagerten Fall gegen das Stadtmagazin schon früher eine öffentliche Rüge ausgesprochen. Es handelte sich bei dem kritisierten Beitrag um eine Anzeige, die nicht als solche gekennzeichnet war. Im aktuellen Fall liegt der gleiche rügenswerte Sachverhalt vor. Da der Beitrag aber in der gleichen Ausgabe erschienen ist wie der bereits gerügte Artikel und der Beschwerdegegner versichert hat, dass man künftig auf die Anzeigenkennzeichnung achten werde, verzichtet der Presserat auf eine Maßnahme. Die Redaktion hat noch keine Möglichkeit gehabt, redaktionelle Konsequenzen aus der ersten Rüge zu ziehen. Der Beschwerdeausschuss erwartet, dass die Redaktion tatsächlich ihre Praxis ändert und künftig Werbung für den Leser erkennbar macht. (BK1-356/06)

Aktenzeichen: BK1-356/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: begründet, keine Maßnahme