

Foto in Text und Anzeige fast identisch

Zeitschrift ändert nach Beschwerde ihre Organisationsstruktur

Eine Heilsalbe und eine Fußcreme sind Themen in einer Zeitschrift. Für beide Produkte wird im gleichen Heft mit Anzeigen geworben. Ein Leser sieht eine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Trennungsgrundsatzes. Eines der geschilderten und beworbenen Produkte werde im Bericht und in der Anzeige mit einem fast identischen Foto gezeigt. Der Leser ruft den Deutschen Presserat an. Der Verlag der Zeitschrift teilt mit, die Anzeigen seien unabhängig von den redaktionellen Schwerpunktthemen in Auftrag gegeben worden. Die Druckvorlagen für Anzeigen kämen teils erst kurz vor dem Druck, in vielen Fällen sogar direkt in die Druckerei. In der Anzeigenabteilung erfolge nur ein Abgleich auf rechtliche Fragen wie politisch oder rechtlich fragwürdige Aussagen. Ein Abgleich wegen gleicher Produktabbildungen, wie sie in diesem Fall an die Redaktion gesandt worden seien, werde nicht gemacht. Als Konsequenz aus der Beschwerde habe man hausintern die Organisation dahingehend verändert, dass ein solcher Abgleich künftig vor Drucklegung erfolgt. (2007)

Die Zeitschrift hat gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen. Der Presserat spricht eine öffentliche Rüge aus. Er erkennt kein Merkmal, das die exklusive redaktionelle Erwähnung von Heilsalbe und Fußcreme rechtfertigen würde. Die Pflegemittel wurden in Wort und Bild ohne Begründung aus einer Palette gleichartiger Erzeugnisse von Wettbewerbern hervorgehoben. Diese Darstellung überschreitet die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex.

(BK1- 225/07)

Aktenzeichen:BK1- 225/07

Veröffentlicht am: 01.01.2007

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

Entscheidung: öffentliche Rüge