

## **„Sponsored by ...“ - Hinweis wäre hilfreich gewesen**

### **Beilagenkennzeichnung war nicht für jeden Leser verständlich**

Eine Wirtschaftszeitung veröffentlicht eine Beilage zum Thema Zeitarbeit. Das Heft enthält auf der Titelseite den Hinweis „Sponsored by ...“ Die entsprechende Firma wird hier und im Heft wiederholt erwähnt. Mitarbeiter des Unternehmens kommen zu Wort; der Chef schreibt einen Kommentar. Die Beilage enthält drei Anzeigen des Unternehmens. Nach Auffassung einer Leserin wird nicht klar, inwieweit die Beilage von dieser Firma finanziert wurde. Sie kritisiert die wiederholte Erwähnung des Unternehmens in mehreren Beiträgen sowie dessen positive Darstellung. Die Zeitarbeitsbranche werde in der Beilage generell sehr positiv dargestellt. Wenn die Beilage nicht komplett als Anzeige bewertet werden solle, dann beinhalte sie Schleichwerbung. Die Rechtsvertretung der Zeitung bezeichnet die Beilage als redaktionelle Sonderveröffentlichung. Auf den redaktionellen Inhalt habe die als Sponsor genannte Firma keinen Einfluss gehabt. Durch den Hinweis auf der Titelseite werde für den Leser klar, dass die dort erwähnte Firma die redaktionell unabhängige Beleuchtung des Themas Zeitarbeit finanziell unterstützt habe. Als Gegenleistung seien in der Beilage drei ganzseitige Anzeigen, die als solche erkennbar seien, veröffentlicht worden. Darüber hinaus habe die Firma die Möglichkeit gehabt, im Rahmen eines Kommentars des Sponsors in die Thematik einzuführen. Auch dieser Kommentar sei entsprechend gekennzeichnet worden. Dem Vorwurf der Beschwerdeführerin, die als Sponsor auftretende Firma sei mehrmals in der Beilage erwähnt worden, hält die Rechtsvertretung entgegen, dass das Unternehmen in vielen Beiträgen nicht erwähnt worden sei. Sie betont, dass der redaktionelle Teil der Beilage ohne jegliche Einflussnahme des Sponsors produziert worden sei. Für den Leser sei durch Kennzeichnung und Gestaltung klar erkennbar, welche Bestandteile Anzeigen seien und welche unabhängige redaktionelle Berichterstattung. (2009)

Der Beschwerdeausschuss sieht in der kritisierten Beilage keinen Verstoß gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) festgehaltenen Trennungsgrundsatz. Die Mitglieder des Gremiums kommen zu dem Ergebnis, dass in den Artikeln kein unzulässiger Werbeeinfluss für die als Sponsor auftretende Firma entstehe. Zwar wird das Unternehmen mehrmals erwähnt. Aufgrund der Marktstellung des Anbieters ist dies jedoch vertretbar. Außerdem werden in der Beilage auch andere Unternehmen der Branche vorgestellt. Insofern ist die Gesamtpublikation akzeptabel. Im Ausschuss wird auch die Formulierung „Sponsored by...“ auf der Titelseite der Beilage diskutiert. Hier setzt sich der Eindruck durch, dass nicht für jeden Leser erkennbar ist, was darunter zu verstehen ist. Eine Erläuterung an exponierte Stelle wäre hilfreich

gewesen. Die Beschwerde ist unbegründet.

(BK1-162/09)

**Aktenzeichen:**BK1-162/09

**Veröffentlicht am:** 01.01.2009

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

**Entscheidung:** unbegründet