

Hinweis würde Klarheit schaffen

Über Aktivitäten eines Händlers aus dem gleichen Verlag berichtet

„Tolle Technik zum prima Preis“ – unter dieser Überschrift berichtet eine IT-Fachzeitschrift über die im Flyer eines Elektronikhändlers enthaltenen Angebote. Die Redaktion prüft dem Text zufolge die Angebote und präsentiert Alternativen. Ein Leser der Zeitschrift weist in seiner Beschwerde darauf hin, dass sowohl das Blatt als auch der Elektronikhändler unter einem Verlagsdach zu Hause seien. Die Zeitschrift mache Werbung für den Händler, ohne sie als solche zu kennzeichnen. Der Chefredakteur der Zeitschrift teilt mit, bei dem kritisierten Beitrag handele es sich um ein seit Jahren etabliertes Format. Dieses sei im Übrigen vom Beschwerdeführer, einem früheren Mitarbeiter der Zeitschrift, mitentwickelt worden. Berichtet werde in der Reihe über die Aktivitäten aller marktbestimmenden Anbieter. Wenn eines der Unternehmen einen neuen Flyer veröffentliche, bewerte die Redaktion die von den Händlern beworbenen Produkte sowohl im Hinblick auf ihre Qualität als auch auf ihre Preiswürdigkeit. Die Experten erwähnten dabei auch immer eine entsprechende Alternative und begründeten dies auch. Trotz allem nehme die Redaktion die Hinweise des Beschwerdeführers ernst und werde die Beiträge der Reihe künftig entsprechend kennzeichnen.

Der Grundsatz der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten (Pressekodex, Ziffer 7) wurde in diesem Fall nicht ausreichend beachtet. Es wäre notwendig gewesen, die Veröffentlichung an exponierter Stelle mit einem Hinweis zu versehen, dass die IT-Zeitschrift und der erwähnte Elektronikhändler im gleichen Verlag beheimatet sind. Das hätte den Anforderungen des letzten Satzes der Ziffer 7 des Pressekodex entsprochen, wo es heißt, dass bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, dies erkennbar sein muss. Im Sinne der Transparenz für den Leser ist ein solcher Hinweis notwendig. (0732/14/1)

Aktenzeichen:0732/14/1

Veröffentlicht am: 01.01.2014

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

Entscheidung: begründet, keine Maßnahme