

Eigeninteresse nicht eindeutig genug mitgeteilt

Online-Ausgabe eines Magazins bewirbt hauseigene Smartphone-Tarife

„Die Nutzung entscheidet. Zahlen Sie nicht zu viel! Wir finden den besten Smartphone-Tarif für Sie“ und „Perfekt für alle, die viel reisen: Der Supergünstig-Handytarif von (genannt werden ein Nachrichten-Magazin und eine Computer-Zeitschrift)“ - unter diesen Überschriften berichtet die Online-Ausgabe eines Nachrichtenmagazins über ein verlagseigenes Angebot. Ein Leser des Magazins ist der Auffassung, dass die Veröffentlichungen redaktionell gestaltete Werbung für ein verlagseigenes Angebot sind. Somit wäre eine Kennzeichnung als Anzeige notwendig gewesen. Im Rahmen der Vorprüfung durch die Geschäftsstelle des Presserats wird die Beschwerde auf den ersten Beitrag beschränkt, da das Eigeninteresse des Verlages in der zweiten Veröffentlichung bereits in der Überschrift deutlich wird. Die stellvertretende Chefredakteurin des Nachrichtenmagazins teilt mit, dass im Gegensatz zu dem zweiten Artikel im ersten Beitrag auch allgemeine Informationen zum Thema Mobilfunk enthalten seien. Der Artikel informiere die Verbraucher z. B. darüber, wie viel Datenvolumen für verschiedene Nutzertypen angebracht sei. Diese allgemeinen Informationen, die ausschließlich redaktioneller Natur seien, würden durch einem Hinweis auf den verlagseigenen Tarif unterbrochen. Dabei werde das Eigeninteresse des Verlages deutlich. Die Redaktion habe sich unabhängig davon, dass sie sich aus ihrer Sicht an die Vorgaben des Trennungsgebotes nach Ziffer 7 des Pressekodex gehalten habe, dazu entschlossen, den Beitrag aus dem Online Angebot zu nehmen. In einer redaktionellen Anmerkung sei man auf die in der Beschwerde geäußerten Vorwürfe eingegangen.

Die Zeitschrift hat gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennungsgebot von redaktionellen und werblichen Inhalten verstoßen. Der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Die kritisierte Veröffentlichung unter der Überschrift „Die Nutzung entscheidet. Zahlen Sie nicht zu viel! Wir finden den besten Smartphone-Tarif für Sie“ dient komplett dem Eigeninteresse des Verlages. Daher genügt es nicht, die Nutzer zu informieren, dass die in den Artikel eingebundene Passage zu den Smartphone-Tarifen sich mit einem verlagseigenen Angebot beschäftigt. Das Eigeninteresse des Verlages hätte von Anfang an – also vor dem Einstieg in den Beitrag – verdeutlicht werden müssen. (0980/16/3)

Aktenzeichen:0980/16/3

Veröffentlicht am: 01.01.2017

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

Entscheidung: Missbilligung