

## Anzeige sieht sehr redaktionell aus

### Fachzeitschrift veröffentlicht „Interview“ mit zwei Reifen-Managern

Eine Auto-Fachzeitschrift veröffentlicht ein Gespräch mit zwei Managern eines Reifenherstellers. Im Foto über dem Text ist ein Hinweis „Aktion“ eingeklinkt. Unter dem Text ist ein Gewinnspiel ausgelobt. Um daran teilzunehmen, muss sich der Interessent an die E-Mail-Adresse des Herstellers wenden. Ein Leser der Zeitschrift bemängelt, dass die Anzeige des Reifenherstellers dem „echten“ redaktionellen Teil täuschend ähnlich sehe. Zwei Manager der Firma werden angeblich interviewt. Wer das „Interview“ geführt habe gehe aus der Veröffentlichung nicht hervor. Der Chefredakteur der Zeitschrift stellt fest, nach Ziffer 7 des Pressekodex müsse bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, dieses erkennbar sein. Die Aufmachung der Veröffentlichung in diesem Fall mache dem Leser deutlich, dass ein Eigeninteresse des Verlages besteht. Die Platzierung des Begriffs „Aktion“ im oberen Teil der Seite soll den Leser entsprechend informieren.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte strikte Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht einen Hinweis aus. Das Gremium diskutiert intensiv darüber, ob in der Veröffentlichung im Kern eine werbliche Anzeige oder eine redaktionelle Berichterstattung zu sehen ist. Der Ausschuss kommt zu keiner eindeutigen Erkenntnis. Im Ergebnis verstößt die Seite gegen das Gebot der klaren Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Zwingende Grundlage dieser geforderten Trennung ist, dass den Lesern eine eindeutige Zuordnung zu einer der beiden Gruppen möglich sein muss.

**Aktenzeichen:**0506/19/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2019

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

**Entscheidung:** Hinweis