

„Sonderveröffentlichung“ ist keine ausreichende Bezeichnung für Werbebeilage
Wochenzeitung hätte Reiseberichte klarer als bezahlte Werbung kennzeichnen müssen

Entscheidung: Hinweis

Ziffer: 7

Eine Wochenzeitung erscheint mit einer Beilage, in der Kreuzfahrten und andere Reisen umfangreich und positiv beschrieben werden. Der Titel der Beilage setzt sich zusammen aus dem Namen der Zeitung und dem Zusatz „Reiseträume“. Unten auf der Titelseite steht: „Eine Sonderveröffentlichung des [...]Verlages“. Der Beschwerdeführer kritisiert einen klaren Verstoß gegen das Gebot zur Trennung von Werbung und Redaktion. In dem Heft werde offen Werbung für Reiseanbieter gemacht (teilweise mit den Headlines „Reiseempfehlung“), ohne sie als bezahlte Anzeigen kenntlich zu machen. Der Verlag bestätigt, dass die Wochenzeitungsbeilage bezahlte Werbetexte und -bilder oder Anzeigen enthalte. Da die gesamte Beilage als Sonderveröffentlichung gekennzeichnet sei und keinen eigenen redaktionellen Anteil enthalte, seien die einzelnen Beiträge nicht mit dem Wort „Anzeige“ zu trennen, weil sie eine einheitliche Werbeveröffentlichung darstellten. Beim Zeitungsnamen im Titel der Beilage sei eine andere Schriftart verwendet worden als bei der Wochenzeitung selbst. Auch die Papierqualität sei deutlich einfacher und entspreche den Qualitäten, wie Kunden sie bei Werbebeilagen gewohnt seien. Eine Kennzeichnung über die Bezeichnung „Sonderveröffentlichung“ hinaus sei weder branchenüblich noch gesetzlich erforderlich. Der Beschwerdeausschuss beschließt einstimmig einen Hinweis wegen Verstoßes gegen das Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion nach Ziffer 7 des Pressekodex. Bezahlte Veröffentlichungen müssen so gestaltet sein, dass sie für die Leserschaft auf den ersten Blick deutlich als werblich erkennbar sind, beispielsweise durch eine Kennzeichnung als „Anzeigensonderveröffentlichung“. Die Bezeichnung als „Sonderveröffentlichung des [...]Verlages“ erfüllt diese Anforderungen nicht. Vielmehr kann sie - nicht zuletzt durch den expliziten Bezug auf den Verlagsnamen - Assoziationen zu redaktionellen Inhalten erzeugen. Der Hinweis „Sonderveröffentlichung“ kann von einer durchschnittlich verständigen Leserschaft auf die unregelmäßige Erscheinungsweise und Form als Beilage bezogen werden und ist daher kein ausreichender Hinweis auf werbliche Inhalte.