

Hinweis auf Werbung ist abgeschnitten

Vermerk „Sonderveröffentlichung“ ist auf mobilen Geräten nicht zu lesen

Die Online-Ausgabe einer Regionalzeitung veröffentlicht bei Facebook mehrfach Teasertexte (Anreißer) und Postings zu einem Diätprogramm. Die Texte sind mit „Sonderveröffentlichung“ gekennzeichnet. Eine Leserin der Zeitung kritisiert, dass der Teasertext auf mobilen Geräten abgeschnitten angezeigt werde. So könne der Leser nicht auf den ersten Blick erkennen, dass es sich bei den Veröffentlichungen um Anzeigen handle. Der Anzeigen- und Vertriebsleiter der Zeitung teilt mit, dass diese die Postings jeweils am Ende mit dem Hinweis „Anzeigen-Sonderveröffentlichung“ gekennzeichnet habe. Da der Text mitunter, etwa auf mobilen Endgeräten, nur verkürzt angezeigt werde, könne der Leser dies nicht auf den ersten Blick erkennen. Die Zeitung habe den Hinweis der Beschwerdeführerin dankbar aufgegriffen und werde die Kennzeichnung – um Irritationen zu vermeiden – künftig an den Anfang der Beiträge stellen.

Die Zeitung verletzt Ziffer 7 des Pressekodex, in der die strikte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten gefordert wird. Wie die Redaktion selbst einräumt, war die Anzeigenkennzeichnung – abhängig vom genutzten Endgerät – nicht immer zu lesen. Daher liegt eine Verletzung der Richtlinie 7.1 des Kodex vor. In dieser ist festgehalten, dass werbliche Veröffentlichungen für den Leser klar als solche erkennbar sein müssen. Die Beschwerde ist begründet, doch verzichtet der Presserat auf eine Maßnahme, da die Redaktion sichergestellt hat, dass künftig Anzeigenveröffentlichungen klar als solche gekennzeichnet werden. (0192/16/3)

Aktenzeichen:0192/16/3

Veröffentlicht am: 01.01.2016

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

Entscheidung: begründet, keine Maßnahme