

Werbung

Zwei Regionalzeitungen veröffentlichen jeweils auf einer ihrer Sportseiten Anzeigen eines Bierherstellers. Die Anzeige in einer der beiden Zeitungen zeigt ein stilisiertes Fußballstadion, auf dessen Bande der Markenname ständig wiederholt wird. Sie ist unter dem Text platziert. Im zweiten Fall wird ein Fußball gezeigt, auf dessen sechseckigen schwarzen Feldern sich stets der Markenname des Bieres wiederfindet. Diese Anzeige ist dreispaltig in der rechten oberen Ecke einer Sportseite platziert. Ein Medienbüro vermisst die nach Ziffer 7 des Pressekodex erforderliche Trennung von Text und Werbung und legt Beschwerde beim Deutschen Presserat ein. Der Chefredakteur der ersteren Zeitung verweist auf den Charakter der Anzeige als Streifenwerbung. Der Werbecharakter der Veröffentlichung sei für den Leser auf Anhieb erkennbar. (1996)

Der Presserat folgt in ersterem Fall der Argumentation des Chefredakteurs. Das Motiv der Anzeige lehnt sich zwar deutlich an die Darstellung einer Stadionbande an, ist jedoch so stark stilisiert, dass eine Verwechslungsgefahr mit einem authentischen Stadionfoto nicht gegeben ist. Der Presserat kommt daher zu dem Ergebnis, dass eine Verletzung des Trennungsgrundsatzes, der in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschrieben ist, in diesem Fall nicht vorliegt. Er weist die Beschwerde in diesem Punkt als unbegründet zurück. Bedenken meldet er jedoch gegen die Veröffentlichung des Fußballes als Textteilanzeige an. Für flüchtige Leser ist diese Art der Werbung nicht klar als solche erkennbar. Wegen ihres Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Pressekodex erteilt er der Zeitung einen Hinweis. Um Missverständnissen bei Leserinnen und Lesern vorzubeugen, empfiehlt er bei Wiederholung eine Kennzeichnung des Ballmotivs mit dem Wort „Anzeige“. (B 29/96)

Aktenzeichen:B 29/96

Veröffentlicht am: 01.01.1996

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

Entscheidung: Hinweis