

## Anzeigenseite redaktionell gestaltet

### Für den Leser auf Anhieb nicht als Werbung erkennbar

Eine Lokalzeitung veröffentlicht eine ganzseitige Anzeige einer Braunkohlegesellschaft, die redaktionell gestaltet ist und einer Textseite gleicht. Die Seite trägt den Vermerk "Aus dem Revier" sowie links und rechts in kleiner Schrift den Hinweis "Anzeige". Ein Publizist nimmt Anstoß daran und führt Beschwerde beim Deutschen Presserat. Hier werde bezahlte Werbung als journalistisches Produkt getarnt. Die Chefredaktion der Zeitung räumt ein, dass der Anzeigencharakter aus der Gesamtanordnung auf den ersten Blick nicht zu erkennen sei. Man habe den Artikel zum Anlass genommen, mit der Anzeigenleitung für die Zukunft eine deutlichere Kennzeichnung solcher Anzeigenseiten zu verabreden. (1998)

Der Presserat stellt fest, dass der Leser im vorliegenden Fall die Anzeige nicht ohne weiteres als Werbung erkennen kann. Die gesamte Aufmachung der Seite erweckt den Eindruck, es handele sich bei den veröffentlichten Beiträgen um redaktionelle Artikel. Der Leser muss daher davon ausgehen, dass die Texte von der Redaktion recherchiert wurden und er darin sachlich über Vorgänge im Revier informiert wird. Dies ist jedoch nicht der Fall, da die Beiträge von einem Unternehmen erstellt wurden. Insofern liegt ein eindeutiger Verstoß gegen den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex vor. Daran ändert auch die zweifache Kennzeichnung der Seite mit dem Wort "Anzeige" nichts. Diese Kennzeichnung ist in so kleiner Schrift veröffentlicht, dass kein Leser sie auf Anhieb wahrnehmen wird. Selbst wenn ein größerer Schriftgrad gewählt worden wäre, würde die Kennzeichnung nicht ausreichen, da sie sich unter der Überschrift "Aus dem Revier" befindet und somit nicht die ganze Seite als Anzeige gekennzeichnet wäre. Es wäre daher notwendig gewesen, einen größeren Schriftgrad zu wählen und die Kennzeichnung noch über der Seitenbezeichnung zu veröffentlichen. Der Presserat erteilt der Zeitung eine Missbilligung. (B 77/98)

(Siehe auch "Kundenzeitung" B 94/98, "Lobeshymnen auf Unternehmen" B 143/98, "Schleichwerbung" B 106/98, "Verlagssonderseiten" B 113/98 und "Werbung für ein Kino" B 117/98)

**Aktenzeichen:**B 77/98

**Veröffentlicht am:** 01.01.1998

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

**Entscheidung:** Missbilligung