

Kopplungsgeschäfte

Fachverlag macht Veröffentlichungen von Insertionen abhängig

Der Herausgeber verschiedener Taxi-Zeitschriften teilt einem PR-Büro mit, dass weitere redaktionelle Veröffentlichungen über einen Kunden des PR-Büros künftig von Anzeigenaufträgen abhängig gemacht werden. Sollte seitens des Kunden kein Interesse an einer Insertion in den Publikationen des Unternehmens bestehen, sei man dankbar, wenn PR-Meldungen der Firma nur noch an diejenigen Publikationen gereicht werden, in denen sie auch Werbung schalte. Das betroffene PR-Büro trägt das Ansinnen des Herausgebers dem Deutschen Presserat vor. Es ist der Ansicht, dass hier in unzulässiger Art und Weise Berichterstattung und Anzeigen gekoppelt werden. Dies sei ein Verstoß gegen den Trennungsgrundsatz. Der Fachverlag erklärt, mit dem Kunden der PR-Agentur sei seinerzeit ein redaktioneller Beitrag in der nächsten Ausgabe der Zeitschrift über dessen Einkaufskartenkonzept vereinbart worden. Der Vertreter des Kunden habe daraufhin erklärt, dass er in der übernächsten Ausgabe dieses Konzept bewerben werde. Eine Koppelung von redaktionellem Bericht und Anzeige sei hierbei von Seiten des Verlages nicht verlangt worden. In der nächsten Ausgabe der Zeitschrift sei dann auch der redaktionelle Bericht unabhängig von einer tatsächlichen Vereinbarung einer Anzeigenschaltung erschienen. Als später für die übernächste Ausgabe der erwartete Anzeigenauftrag nicht eingegangen sei, habe man bei dem PR-Büro nachgefragt und sei von diesem direkt an den Kunden verwiesen worden. Dort habe man erfahren, dass eine Schaltung erfolge, man wisse jedoch noch nicht genau, zu welchem Zeitpunkt. Diese Schaltung sei dann jedoch nicht im eigenen Blatt, sondern in einer anderen Fachzeitschrift erfolgt. Daraufhin sei das jetzt kritisierte Schreiben an die PR-Agentur gegangen, für Außenstehende mit einer möglicherweise missverständlichen Formulierung, aber einem deutlichen Hinweis, dass man eine weitere Zusammenarbeit gerade nicht erwarte. (2000)

Der Presserat erteilt der Zeitschrift eine öffentliche Rüge, weil sie mit ihrem Hinweis an das PR-Büro, dass sie weitere Veröffentlichungen über die betroffene Firma von Insertionen abhängig machen werde, gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennungsgebot verstoßen hat. Redaktionelle Veröffentlichungen müssen völlig unabhängig von Anzeigenschaltungen erfolgen. Wenn redaktionelle Beiträge von Anzeigen abhängig gemacht werden, besteht die Gefahr, dass die Interessen von Anzeigenkunden Einfluss auf die Berichterstattung nehmen können. Eine solche Einflussnahme widerspricht jedoch den in Ziffer 7 getroffenen Regelungen. (B 210/00)

(Siehe auch „Banken-Rating“ B 225/00, „Fotos gegen Bezahlung“ B 17/01 und „Werbung und Text kombiniert“ B 178/01 und B 199/01)

Aktenzeichen:B 210/00

Veröffentlicht am: 01.01.2000

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

Entscheidung: öffentliche Rüge