

Bücher-Beilage ist eine Verlagsanzeige

Leser werden in die Irre geführt: Nur Produkte eines einzelnen Anbieters

Eine Zeitschrift stellt in einer gesonderten Beilage „32 Sommer-Bücher“ vor. Der Titel der Beilage lautet: „Schon mal im Pool gelesen?“ Beschwerdeführer ist ein Verlag, dessen Geschäftsleitung sich an den Presserat wendet. Nach deren Auffassung erweckt die Beilage durch Editorial und Impressum einen redaktionellen Eindruck. In Wirklichkeit handele es sich jedoch um die Anzeige einer Verlagsgruppe. In der Beilage sei kein einziger Titel zu finden, der nicht aus deren Produktion stamme. Das gelte auch für die besprochenen Bücher und veröffentlichten Anzeigen. Die Beilage baue jedoch eindeutig die Suggestion einer unabhängigen redaktionellen Literaturbeilage auf. Weder Verlag noch Redaktion der Zeitschrift nehmen zu der Beschwerde Stellung.

Die Mitglieder des Beschwerdeausschusses sehen in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex definierten strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Der Presserat spricht eine öffentliche Rüge aus. Bei den Lesern wird der Eindruck erweckt, es handele sich um eine redaktionelle Veröffentlichung, da die Beilage ein von der Redaktion gezeichnetes Editorial enthält. Auch erwecken zahlreiche journalistisch formulierte, nicht als Werbung gekennzeichnete Buchrezensionen im Innenteil den Eindruck, dass es der Leser mit einer redaktionellen Beilage zu tun hat. Auf Kritik im Beschwerdeausschuss stößt auch die Auswahl der vorgestellten Bücher. Sie alle stammen aus Verlagen, die der gleichen Verlagsgruppe angehören. Mit dieser Konzentration auf einen einzigen Anbieter wird die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 deutlich überschritten. Ohne aufklärende Information werden ausschließlich Produkte eines einzelnen Anbieters vorgestellt. Dadurch erhält dieser einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Anbietern. Zudem werden die Leser in die Irre geführt.
(0870/15/1)

Aktenzeichen:0870/15/1

Veröffentlicht am: 01.01.2015

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

Entscheidung: öffentliche Rüge