

Verlagsinteresse im Infokasten angegeben

Zeitung stellt ein regionales Magazin vor, das im gleichen Haus erscheint

„Wilde Wege und rasende Bierkisten“ – so überschreibt eine Regionalzeitung ihren Artikel über die neue Ausgabe eines Magazins, dessen Schwerpunkt Themen aus einem Mittelgebirge in der Umgebung des Verlagsorts sind. Ein Leser der Zeitung kritisiert, dass der Beitrag in einem werblichen Ton über eine Publikation berichte, die im gleichen Verlag wie die Zeitung erscheine. Der Chefredakteur der Zeitung betont in seiner Stellungnahme, dass sich die Redaktion nicht davon abhalten lasse, ihre Leserschaft über Veröffentlichungen des Verlages ausführlich zu informieren. Das Magazin gebe den Lesern der Zeitung eine Fülle von „nutzwertigen“ Tipps über lohnende Ausflugsziele und herausragende Veranstaltungen in der Region. In Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten) sei vorgesehen, dass bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, dieses erkennbar sein müsse. Der zum Beitrag gestellte Infokasten erfülle diese Kodex-Anforderung.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen Grundsatzes der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Beschwerde ist unbegründet. Für den Leser geht aus dem zum Beitrag gestellten Infokasten klar hervor, dass die Publikation im gleichen Verlag wie die Zeitung erscheint. Die in der Ziffer 7 des Kodex formulierte Anforderung, dass bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlags betreffen, dieses erkennbar sein muss, wird in vollem Umfang erfüllt. Der Leser kann den Artikel somit als Beitrag einschätzen, der dem Marketing für ein verlagseigenes Produkt dient.

Aktenzeichen:0474/18/3

Veröffentlicht am: 01.01.2018

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

Entscheidung: unbegründet