

## Mehrmals gegen Trennungsgebot verstoßen

### Wochenendbeilage versäumt Kennzeichnung werblicher Inhalte

Eine Zeitungsgruppe veröffentlicht in einer gemeinsamen Wochenend-Beilage einen Beitrag unter der Überschrift „Die Welt der Elektroräder“. Darin informiert die Redaktion darüber, dass E-Bike-Trucks der Zweirad-Einkaufs-Genossenschaft bei einem namentlich genannten Fahrradhändler Station machen. Der Autor stellt die Vorzüge von E-Bikes heraus. Wörtliche Passage: „Wer schon immer die innovative Welt der Elektroräder für sich entdecken wollte, der sollte zum Zweirad-Center (Name und Adresse folgen) kommen. (...) Lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen.“ Der Artikel informiert weiter über die Möglichkeit, Modelle vor Ort zu testen und über technische Vorzüge der genannten Produkte. Der Besuch sei für alle geeignet - sowohl erfahrene E-Biker als auch Neulinge würden begeistert sein. Später berichtet die Beilage über ein neues Villenareal in einer Großstadt. Vertreter der Immobilienvermarkter stellen darin umfangreich ihr Projekt vor. Die Immobilien selbst werden positiv dargestellt. Beispiel: „Das Obergeschoss kragt über dem Erdgeschoss aus, seine Leichtigkeit wird durch eingeschnittene Loggien unterstützt, während aufeinander abgestimmte Farben und Materialien interessante Akzente setzen.“ Die Beiträge mit werbendem Inhalt setzen sich fort. Dabei geht es um einen Ferien- und Freizeitpark, einen weiteren Immobilienanbieter und ein ausgiebig vorgestelltes Einrichtungshaus. Ein Leser der Zeitung kritisiert die nicht als solche gekennzeichnete Werbung in den Wochenendbeilagen der Zeitung. Die Geschäftsführer des Verlages berichten, sie hätten die beanstandeten Beiträge überprüft. Sie seien zu dem Schluss gekommen, dass diese als Werbung hätten gekennzeichnet werden müssen. Sie entschuldigen sich dafür, dass die erforderliche Kennzeichnung unterblieben sei. Man lege im Verlag großen Wert darauf, dass in all ihren Produkten werbliche Texte kenntlich gemacht würden. Es sei zu keinem Zeitpunkt darum gegangen, die Leser zu täuschen. Die Geschäftsführer sprechen von Fehlern aufgrund von menschlichem Versagen. Um derartiges künftig zu vermeiden, seien zusätzliche Kontrollmechanismen eingeführt worden. Die Verlagsleitung entschuldigt sich für die Fehler ausdrücklich und in aller Form.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Veröffentlichungen schwerwiegende Verstöße gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte strikte Trennung von werblichen und redaktionellen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Geschäftsführung des Verlages gesteht ein, dass es sich bei den beanstandeten Veröffentlichungen um Anzeigentexte handelt. Sie hätten nach Richtlinie 7.1 des Kodex so gestaltet sein müssen, dass sie für den Leser als Werbung erkennbar sind. Sie hätten als Anzeigen gekennzeichnet werden müssen. Das ist nicht geschehen.

Der Presserat begrüßt die mit der Stellungnahme vorgebrachte Einsicht der Verlagsleitung. Angesichts der Vielzahl der dokumentierten Verstöße kann das Eingeständnis des Verstoßes sowie die Ankündigung weiterer Kontrollmaßnahmen allerdings nicht mehr dazu führen, von einer Rüge der monierten Praxis abzusehen.

**Aktenzeichen:**0727/0728/0729/18/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2019

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

**Entscheidung:** öffentliche Rüge