

Schleichwerbung aus Versehen

Magazin hätte verhindern müssen, dass Titelfoto zufällig Ring eines Schmuck-Inserenten zeigt

Entscheidung: Hinweis

Ziffer: 7

Das wöchentliche Magazin einer großen Tageszeitung kündigt auf dem Titelblatt einen Artikel im Innenteil an, in dem eine Autorin schildert, warum ihr Kind stärker an ihr als am Vater hängt. Das ganzseitige Titelblattfoto zeigt eine Frau beim Streicheln eines Kinderkopfes. Gut zu sehen ist dabei ein Ring am Mittelfinger der Frau. Im Innenteil steht auf der Seite vor dem Artikel eine ganzseitige Anzeige für Schmuck. Die Beschwerdeführerin vermutet Schleichwerbung. Der gezeigte Ring sei ohne jeden Sinn und ohne Bezug zum Artikel sehr prominent auf dem Titelbild zu sehen. Dabei handele es sich wohl um einen Ring aus jener Schmuckserie, für die in dem Heft Werbung gemacht werde. Die Zeitung bestätigt, dass der gezeigte Schmuck von der werbetreibenden Firma stamme (auch wenn es sich nicht genau um das beworbene Modell handele). Das sei jedoch Zufall: Die Frau auf dem Titelbild sei die Autorin des Beitrags. Sie habe für das Foto ihre eigene Kleidung und ihren eigenen Schmuck getragen. Das Magazin habe sie weder eingekleidet noch irgendwelche Vorgaben dazu gemacht, was auch die Autorin selbst in einer Stellungnahme bestätigt. Für die meisten Leser dürfte ohnehin nicht ersichtlich sein, dass es sich bei dem Schmuck um ein Produkt der inserierenden Firma handele, denn solche Art Ringe gebe es von vielen Herstellern. Weder die Fotografin noch die Autorin hätten gewusst, welche Anzeigen in der betreffenden Magazin-Ausgabe veröffentlicht werden sollten. In der Regel sei auch der Redaktion die konkrete Anzeigengestaltung vorab nicht bekannt. Daher habe die Ähnlichkeit des Schmucks zu der geschalteten Werbung auch nicht auffallen können. Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen das Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion nach Ziffer 7 des Pressekodex und erteilt der Redaktion einstimmig einen Hinweis. Zwar macht die Autorin glaubhaft, dass sie zum Fotoshooting ihre eigenen Ringe trug und keine Kenntnis davon hatte, dass der Ring-Hersteller in dem Magazin eine Anzeige schalten würde. Jedoch gilt das Trennungsgebot aus Ziffer 7 unabhängig davon. Der Ring auf dem Titelseitenfoto ist zentral ins Blickfeld gerückt und fällt den Betrachtern leicht ins Auge. Im Innenteil ist eine ganzseitige Anzeige des Herstellers direkt vor dem auf der Titelseite angekündigten Artikel platziert. Vor diesem Hintergrund kann bei der Leserschaft – wie auch bei der Beschwerdeführerin geschehen – der Eindruck einer Produktplatzierung entstehen. Bereits der Eindruck, Anzeigenkunden könnten besondere Berücksichtigung in der redaktionellen Berichterstattung finden, ist zwingend zu vermeiden, da er geeignet ist, dem Ansehen der Presse zu schaden. In diesem Fall hätte die Redaktion daher durch geeignete Maßnahmen die klare Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen sicherstellen müssen, zum Beispiel durch eine entsprechende Endkontrolle.