

Werbung

Auf der Sportseite einer Regionalzeitung findet sich unter einem Feature über die Stimmung im Wembley-Stadion vor dem Finale der Europameisterschaften im Fußball eine Illustration, welche die Kulisse eines Fußballstadions zeigt. Auf Fahnen im Vordergrund und auf dem Tribünendach ist eine Biermarke dargestellt. Ein Leser des Blattes beschwert sich beim Deutschen Presserat. Er empfindet die Vermischung von redaktionellem Beitrag und Werbung als sehr störend. Optisch sei nicht zu erkennen, ob der Beitrag zur Werbung gehöre oder nicht. (1996)

Der Presserat kommt zu dem Schluss, dass im vorliegenden Fall für den flüchtigen Leser der Unterschied zwischen redaktionellem Beitrag und Anzeige nicht klar zu erkennen ist. Das veröffentlichte Motiv weist durch Einzelheiten wie Rasen, Zuschauerränge, Stadionsdach und Flutlichtmasten den Charakter eines authentischen Stadionfotos auf. Bei Leserinnen und Lesern entsteht dadurch der Eindruck, es handle sich bei der Anzeige um ein Originalfoto aus einem Fußballstadion. Dieser Eindruck wird dadurch verstärkt, dass die Anzeige einem Artikel zum Thema "Fußball" beigelegt worden ist. Um Missverständnissen in der Leserschaft vorzubeugen, hätte es einer gesonderten Kennzeichnung als Anzeige bedurft. Der Presserat spricht der Zeitung einen Hinweis aus, da sie mit dieser Veröffentlichung gegen Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen hat, die eine eindeutige Trennung von Text und Werbung vorschreibt. (B 30/96)

Aktenzeichen:B 30/96

Veröffentlicht am: 01.01.1996

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

Entscheidung: Hinweis