

„Werbung, die nicht als solche erkennbar ist“

Chefredakteur: Abgrenzung für die Leserschaft eindeutig

Eine Regionalzeitung veröffentlicht innerhalb von vier Wochen mehrere Seiten zum Thema „Gesundheit“, sowie eine Seite zum Thema „Prüfer und Berater“. Alle Seiten enthalten Listen von Anwaltskanzleien, Ärzten und Immobilien- bzw. Steuerberatern. Ein Leser der Zeitung sieht in den Listen Werbung, die nicht als solche erkennbar ist. Eine Kennzeichnung als Anzeige wäre erforderlich gewesen. Der Chefredakteur teilt mit, nach seiner Einschätzung sei der durch eine durchgehende Linie getrennte und grafisch eindeutig abgegrenzte Adressblock für die Leserschaft als nicht redaktioneller Inhalt erkennbar.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Veröffentlichungen eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Bei den veröffentlichten Listen handelt es sich um Werbung, die für die Leserinnen und Leser nicht eindeutig als solche erkennbar ist. Es besteht vielmehr die Gefahr, dass die Leserinnen und Leser sie als redaktionelle Beiträge wahrnehmen. Im Sinn der Richtlinie 7.1 des Pressekodex wäre eine klare Anzeigenkennzeichnung notwendig gewesen.

Aktenzeichen:0834/21/3

Veröffentlicht am: 01.01.2021

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

Entscheidung: öffentliche Rüge