

## Werbung in eine Beilage „eingestreut“

### Eine Regionalzeitung überschreitet die Grenze zur Schleichwerbung

Eine Regionalzeitung veröffentlicht eine Beilage zu wirtschaftlichen Themen im Verbreitungsgebiet. Ein Leser der Zeitung kritisiert, dass in die Beilage mindestens drei Werbe-Artikel „eingestreut“ worden seien, die für den Normal-Leser nicht als Werbung erkennbar seien. Der Chefredakteur der Zeitung berichtet, die viermal im Jahr erscheinende Beilage begleite seit mehreren Jahren die städtebauliche Sanierung im Süden des Verlagsortes. In dieser einstigen Keimzelle der Stadt seien in den vergangenen Jahren mit Hilfe von Städtebaufördermitteln von Bund und Land, sowie Geldern aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) eine Fülle von Strukturmaßnahmen und sozialen Projekten der öffentlichen Hand und von Privatleuten unterstützt worden. Unmittelbar mit der Sanierung bzw. Projektförderung zusammenhängende Vorhaben würden im Rahmen einer Anzeige vom Sanierungsträger präsentiert. Bei den vom Beschwerdeführer kritisierten Beiträgen handele sich nicht um „Werbeartikel“, auch wenn die vorgestellten Unternehmen tatsächlich eine Anzeige in der Beilage geschaltet hätten. Einen Verstoß gegen den Pressekodex vermag der Chefredakteur nicht zu erkennen.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht eine Missbilligung aus. Die Artikel, um die es bei dieser Beschwerde geht, sind nach Darstellung des Chefredakteurs redaktionelle Beiträge und keine Anzeigen. Als solche werden sei von einem durchschnittlich verständigen Leser aber wahrgenommen. Redaktionelle Beiträge, die auf Unternehmen und ihre Leistungen verweisen, dürfen nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex die Grenze zur Schleichwerbung nicht überschreiten. Das Gremium stellt jedoch in diesem Fall eine solche Grenzüberschreitung fest, da die Artikel ohne erkennbaren Grund einzelne Unternehmen herausgreifen und diese in meist werblicher Sprache positiv beschreiben. Eine solche Darstellung ist nicht von einem öffentlichen Informationsinteresse gedeckt.

**Aktenzeichen:**0751/21/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2021

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

**Entscheidung:** Missbilligung