

Barbara Baerns

# Schleich Werbung lohnt sich nicht!

Plädoyer für eine klare Trennung  
von Redaktion und Werbung  
in den Medien

Luchterhand

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Fallstudie</b> . . . . .	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Entfaltung des Trennungsgrundsatzes an den historischen Entwicklungen</b> . . . . .	<b>9</b>
2.1	Die ersten Regelungsversuche . . . . .	11
2.2	Neuanfänge und Anknüpfungspunkte . . . . .	16
2.3	Sanktionserwartungen und Kontrollverfahren . . . . .	23
<b>3</b>	<b>Spielregeln und Zusammenspiel der Hauptakteure - Ein Szenario der Gegenwart</b>	<b>27</b>
3.1	Die Werbung . . . . .	27
3.2	Die Verlage und Rundfunkveranstalter . . . . .	30
3.3	Die Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	33
3.4	Der Journalismus . . . . .	35
3.5	Der Ertrag . . . . .	37
<b>4</b>	<b>Zitierte Literatur</b> . . . . .	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>Wortlaut der Regelungen und Richtlinien</b> . . . . .	<b>45</b>
5.1	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7. Juni 1909 in der Fassung vom 25. Oktober 1994 (Auszug) . . . . .	45
5.2	Zur Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen nach den Landespressegesetzen . . . . .	51
5.3	Regelungen zur Trennung von Werbung und Programm nach dem Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31. August 1991 in der Fassung vom 1. August 1994 . . . . .	53
5.4	Publizistische Grundsätze (Pressekodex) und Richtlinien für die Publizistische Arbeit nach Empfehlungen des Deutschen Presserats in der Fassung vom 23. November 1994 . . . . .	56

5.5	ZAW-Richtlinien für redaktionell gestaltete Anzeigen, Fassung vom Oktober 1980, Stand 1995. . . . .	61
5.6	Richtlinien für redaktionelle Hinweise in Zeitungen und Zeitschriften 1952, Stand 1995 . . . . .	64
5.7	ARD-Richtlinien für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring in der Fassung vom 28. November 1994. . . . .	74
5.8	ZDF-Richtlinien für Werbung und Sponsoring vom 19. März 1993 in der Fassung vom 7. Oktober 1994. . . . .	82
5.9	Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Fernsehen vom 26. Januar 1993 in der Fassung vom 8. November 1994. . . . .	89
5.10	Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Hörfunk vom 26. Januar 1993 in der Fassung vom 8. November 1994. . . . .	102
<b>6</b>	<b>Zur Rechtsprechung</b> . . . . .	<b>113</b>
6.1	Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 6. Juli 1995 zur Getarnten Wirtschaftswerbung in Kinospielefilmen (I ZR 58/93). . . . .	113
6.2	Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 18. Februar 1993 zur Wettbewerbsrechtlichen (Mit-)Haftung des Herstellers als Informant über das in einem redaktionellen Zeitschriftenbeitrag getarnt beworbene Produkt - Produktinformation (I ZR 14/91). . . . .	115

6.3	Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 23. Januar 1992 zur Plazierung der Werbeanzeige in Kundenzeitschrift als unerlaubte Zugabe zur Veröffentlichung - Anzeigenplazierung (IZR 129/90). . . . .	.117
-----	--	------