presserat

Eröffnungsbericht enthält Schleichwerbung

Sogar die Redaktion hält einzelne Textpassagen für unzulässig

Die Wiedereröffnung des örtlichen Ladens einer Schmuck- und Uhren-Kette ist Thema in einer Regionalzeitung. Die Filiale war sechs Wochen lang wegen Umbauarbeiten geschlossen. Das Angebot des Geschäfts wird von der Redaktion ausführlich beschrieben. Für einen Leser der Zeitung ist der verwendete Text eindeutig PR-Material der Ladenkette. Er vermutet in der Veröffentlichung eine Gefälligkeit für einen guten Anzeigenkunden. Der kritisierte Artikel sei eindeutig werblicher Natur. Der zuständige Ressortleiter der Redaktion berichtet, diese habe über die Wiedereröffnung berichtet, da der Laden an einem markanten Punkt mitten in der Stadt liege, der täglich von Tausenden passiert werde. Es sei für die Öffentlichkeit interessant zu wissen, dass das Geschäft wiedereröffnet habe und dass eine Baulücke im Stadtzentrum geschlossen worden sei. Die Kritik des Lesers an einem Teil des Artikels sei jedoch gerechtfertigt. Diesen hätte sich die Redaktion sparen können, da einzelne Passagen nicht mehr durch ein öffentliches Interesse gerechtfertigt seien. Normalerweise sei es gute Übung in der Redaktion, redaktionelle und werbliche Informationen streng zu trennen. Im vorliegenden Fall sei ein Lapsus geschehen, den die Zeitung bedauere. (2010)

Die Zeitung hat die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten missachtet. Der Presserat spricht eine Missbilligung aus. Zunächst schließt sich der Beschwerdeausschuss der Argumentation der Redaktion an, dass ein Bericht über die Wiedereröffnung eines bekannten Ladengeschäfts von Interesse sein kann. Im konkreten Fall wurde jedoch die Grenze zwischen dem öffentlichen Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 überschritten. In einem Teil des Artikels ist nicht mehr von der Ladeneröffnung die Rede, sondern nur von dessen Warenangebot. Das ist Schleichwerbung. (0281-10-2-BA)

Aktenzeichen:0281-10-2-BA
Veröffentlicht am: 01.01.2010
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung