presserat

Werbung

Unter der Überschrift »Aus dem Geschäftsleben« berichtet ein Lokalblatt über die Eröffnung einer neuen Abteilung in einem ortsansässigen Kaufhaus. Ein dreispaltiges Foto zeigt den neuen »Shop«, der den Namen des Kaufhauses in Verbindung mit dem Namen eines bekannten Textilherstellers trägt. In der Unterzeile zu dem Foto heißt es u. a., durch die offene, praktische Präsentation der qualitativen Ware, die Gestaltung des Verkaufsraumes sowie durch das vielfältige Angebot dürfte es den Kunden leicht fallen, in diesem namentlich genannten Shop das passende Outfit zu finden. Ein Leser sieht in der Veröffentlichung eine unzulässige Vermischung von Information und Werbung und beschwert sich beim Deutschen Presserat.

Der Deutsche Presserat hält die Beschwerde für begründet und weist die Zeitung darauf hin, dass sie mit ihrem Text gegen Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen hat, die eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken fordert. Diese klare Trennung wird in dem beanstandeten Beitrag nicht gewahrt. Der Presserat bemängelt die mehrmalige plakative Hervorhebung des Namens der Textilmarke, die in dem abgebildeten Geschäft verkauft wird. Schließlich ist er der Ansicht, dass die Überschrift »Aus dem Geschäftsleben« nicht als Rechtfertigung für jede Art von Veröffentlichung im redaktionellen Teil dienen kann. Die Redaktion hatte geglaubt, mit einer solchen deutlich abgesetzten Überschrift ihren Text über die Umgestaltung des Kaufhauses vertreten zu können.

Aktenzeichen:B 13/92
Veröffentlicht am: 01.01.1992
Gegenstand (Ziffer): Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde (1);
Entscheidung: Hinweis