presserat

Werbung

Die Werbung einer Marketinggesellschaft für den Genuss von Fleisch in einer Wochenzeitung erregt das Missfallen eines Lesers. Die Anzeige sei weder kenntlich gemacht noch leicht erkennbar, schreibt er dem Deutschen Presserat. Im Gegenteil, die Aufmachung des gut halbseitigen Inserats entspreche bis zur Typenwahl den Zwischenüberschritten des redaktionellen Teils. Die Verlagsleitung führt auf technische Schwierigkeiten zurück, dass die Kennzeichnung der redaktionell gestalteten Anzeige unterblieben sei. Künftig werde dahingehend eine Sicherung eingebaut. Eine Anzeige in dieser Form werde man künftig nicht mehr veröffentlichen. (1993)

Die Anzeige hätte nach Ziffer 7 des Pressekodex gekennzeichnet sein müssen. Der Presserat erklärt die Beschwerde für begründet, verzichtet jedoch auf eine Maßnahme. Er wertet die Reaktion des Blattes auf die Beschwerde als eine hinreichende Wiedergutmachung im Sinne der Beschwerdeordnung. (B 19/94)

Aktenzeichen:B 19/94
Veröffentlicht am: 01.01.1994
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: begründet, keine Maßnahme