presserat

Werbung

Eine Lokalzeitung interviewt den Leiter des Bereichs Vermögensanlagen/Wertpapiere eines örtlichen Bankinstituts. Die Überschrift des Gesprächs fragt und gibt Antwort: »Was soll man kaufen: Renten oder Aktien? Finanzexperte empfiehlt Investmentfonds ...«. Dabei wird der Name des Fonds genannt. Der Bankkaufmann stellt seine Besonderheiten und Vorzüge ausgiebig dar und empfiehlt ihn als eine besonders gute Anlage. Ein Leser des Blattes sieht in der Veröffentlichung eine werbliche Aussage und beschwert sich beim Deutschen Presserat. Die Zeitung selbst kann einen Verstoß gegen den Pressekodex nicht erkennen. Nicht die Zeitung lobe die Anlagemöglichkeiten der Bank, sondern der Leser erfahre, dass Herr... der Leiter des Bereichs Vermögensanlagen bei dieser Bank sei und damit natürlich seine eigenen Produkte anpreise. Der genannte Investmentfonds sei zum Zeitpunkt der Veröffentlichung eine völlige Neuheit gewesen. Leider versuchten Anzeigenkunden immer wieder, kostenlose »Beigaben« zu erhalten und damit die Zeitung regelrecht zu erpressen. (1992)

Der Presserat sieht Ziffer 7 des Pressekodex verletzt, der eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichung zu werblichen Zwecken fordert. Diese klare Trennung wird in dem beanstandeten Beitrag nicht gewahrt. Der Presserat bemängelt die mehrmalige ausdrückliche Anpreisung des namentlich genannten Investmentfonds. Er sieht hierin die unzulässige Hervorhebung eines einzelnen Angebots eines Geldinstituts. Die Form eines Interviews kann nicht als Rechtfertigung für Werbung im redaktionellen Teil dienen. Der Presserat erteilt der Zeitung eine Missbilligung. (B 41/92)

Aktenzeichen:B 41/92
Veröffentlicht am: 01.01.1992
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Missbilligung