presserat

Werbung

In einer von einer Tageszeitung veranstalteten Telefonaktion geben Experten eines namentlich genannten Versicherungsunternehmens Auskünfte in Versicherungsfragen. Die Zeitung kündigt die Veranstaltung an und berichtet darüber. Der Beschwerdeführer beanstandet, dass diese Aktion weniger auf eine wertneutrale und objektive Beratung der Anfragenden ausgerichtet war, als dass vielmehr die Adressen potentieller Kunden für akquisitorische Zwecke gesammelt werden sollten. (1987)

Der Deutsche Presserat beanstandet, dass die Ankündigungen der Zeitung jeweils den Namen des Versicherungsunternehmens enthielten und mit dem Hinweis endeten, wer sich an der Aktion beteilige, erhalte wahlweise einen Straßenatlas oder einen Farbbildband. Damit habe die Zeitung mehrfach werbliche Mitteilungen zugunsten des Versicherers im redaktionellen Teil abgedruckt. Wegen Verstoßes gegen das Gebot einer klaren Trennung zwischen redaktionellem Text und einer Veröffentlichung zu werblichen Zwecken wird eine öffentliche Rüge ausgesprochen (Verstoß gegen Ziffer 7 Kodex). (B 42/87)

Aktenzeichen:B 42/87
Veröffentlicht am: 01.01.1987
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge