presserat

Produktinformation

Unter der Rubrik »Geschäftsleben« teilt eine Lokalzeitung ihren Lesern mit, das süffige Bier einer namentlich genannten Privatbrauerei habe erneut eine Auszeichnung bekommen. Dazu wird ein Foto mit einer entsprechenden Bierflasche abgebildet. Auf derselben Textseite wird unter der Überschrift »Handwerkliche Braukunst und moderne Technik« über eine informative Besichtigung derselben Brauerei durch Mitglieder einer Freien Wählervereinigung berichtet. Der Inhaber der Brauerei wird mit den Worten zitiert: » Wir brauen Biere für den regionalen Biergeschmack des hier besonders anspruchsvollen Konsumenten.« Im Text heißt es weiter, stete Qualitätskontrolle begleite den Weg des »flüssigen Goldes« durch die gesamte Produktion. Das Bier habe so vorzüglich geschmeckt, wie man es sich vorher beim Rundgang vorgestellt habe. Zwei Leser beschweren sich beim Deutschen Presserat. Sie weisen auf den starken PR-Charakter beider Texte hin und sehen Metapher verwendet, die dem branchenspezifischen Werbejargon entstammen. (1991)

Bericht und Foto zu einem bestimmten Bier stellen nach Ansicht des Deutschen Presserats keine unzulässige Werbung im redaktionellen Teil dar, demgemäss auch keinen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex. Der Anlass für diese Berichterstattung waren die Auszeichnung dieser Biermarke durch die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft sowie eine Brauereibesichtigung. Zwar hält es der Presserat für bedauerlich, dass in diesem Zusammenhang ein einzelnes Produkt herausgehoben wurde, maßgebend für seine Bewertung ist jedoch, dass es sich um eine Geschichte von lokalem Interesse handelt, über die der Leser normalerweise informiert wird. Texte, in denen über ein bestimmtes Produkt berichtet wird, können Werbewirkung haben. Sofern ein öffentliches Interesse an der Nachricht besteht, muss die Werbewirkung in Kauf genommen werden. Diese Voraussetzungen sind im vorliegenden Fall gegeben. Der Presserat sieht sich jedoch veranlasst, die Zeitung darauf hinzuweisen, dass mit Texten, die sich wie PR-Texte lesen, eine Zeitung in die Nähe des Verdachts der unzulässigen Werbung kommt. (B 22/91)

Aktenzeichen:B 22/91
Veröffentlicht am: 01.01.1991
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet