presserat

Werbung

In Bild und Wort berichtet eine Lokalzeitung, angesichts des sommerlichen Wetters in den letzten Tagen hätten die Getränkehändler ohne Ende ausgeliefert. Engpässe habe es aber nicht gegeben. Zitiert wird ein namentlich genannter Getränkevertrieb mit der Aussage, er habe sich auf das schöne Wetter eingestellt. Eine Gewerbliche Schule wertet die Bildunterzeile als Werbung, die der Glaubwürdigkeit der Presse schade. (1990)

Nach Ansicht des Deutschen Presserats enthält der Text keine werbenden Aussagen zugunsten eines bestimmten Geschäftsbetriebes. Der kurze Beitrag informiert über die Getränke-Situation in der Stadt während einer großen Hitzeperiode. Innerhalb einer solchen Information muss auch der Name eines örtlichen Getränkegroßhändlers genannt werden können. Ein Getränkegroßhändler bedient ausschließlich Gastronomie und den Einzelhandel und ist daher nicht vergleichbar mit einem in unmittelbarem Wettbewerb stehenden Anbieter. Ziffer 7 des Pressekodex verbietet nicht grundsätzlich die Namensnennung eines konkurrierenden Geschäftsbetriebes. Die Namensnennung kann zur Vervollständigung einer Information sinnvoll und notwendig sein, ohne dass gleich werbende Absicht unterstellt werden muss. Der Presserat sieht im vorliegenden Fall keinen Anlass, die Veröffentlichung zu beanstanden. Er rät allerdings zu Vorsicht bei der Namensnennung, falls es mehrere Getränkegroßhändler geben sollte, weil der Leser sonst unlautere Werbung vermutet. (B 36/90)

Aktenzeichen:B 36/90
Veröffentlicht am: 01.01.1990
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet