presserat

Werbung

Eine Tageszeitung berichtet in Wort und Bild über die zahnärztliche Behandlung eines Elefanten im Zoo. In der Überschrift wird das Fabrikat der Bohrmaschine namentlich erwähnt. Eine Beschwerde erhebt den Vorwurf der Schleichwerbung. Die Redaktion erklärt, der Formulierung der Überschrift seien differenzierte Überlegungen zur Wortwahl vorausgegangen. Der Begriff »Bohrmaschine« hätte mit dem üblicherweise zur Zahnbehandlung eingesetzten Gerät gleichgesetzt werden können. Der Begriff »Schlagbohrmaschine« hätte den Eindruck von Tierquälerei entstehen lassen können. Man habe den Markennamen genannt, der angesichts seines hohen Bekanntheitsgrades als Synonym für die Gattung dieser Art von Bohrmaschinen angesehen werden kann. (1987)

Der Deutsche Presserat sieht eine unzulässige Mischung von Werbung und redaktionellem Text nicht gegeben. Er räumt ein, dass die Überschrift als Slogan verstanden werden kann, der journalistisch vertretbar ist. Unabhängig von dieser Feststellung hält er allerdings die Wortwahl in der Überschrift für nicht sehr glücklich. (B 68/87)

Aktenzeichen:B 68/87
Veröffentlicht am: 01.01.1987
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet