presserat

Jagd-Geschichte mit Hersteller-Logo

Unternehmen und Produkte ausführlich dargestellt

Unter dem Titel „Jäger-Legenden“ berichtet ein Fachblatt über einen Hersteller von Jagd-Munition. Am Beginn des Artikels wird das Firmen-Logo gezeigt; es taucht noch einmal in einem Info-Kasten auf. Das Unternehmen und seine Produkte werden ausführlich vorgestellt. Abgebildet werden auch Produkt-Verpackungen. Ergänzt wird der Artikel durch den Erfahrungsbericht eines Jägers. Ein Leser des Blattes sieht in der Veröffentlichung eine Werbung für den Munitions-Hersteller und damit Schleichwerbung. Er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Justitiarin der Zeitschrift teilt mit, sie habe mit dem Beschwerdeführer telefoniert und ihm über eine gleichartige Beschwerde beim Presserat aus dem Jahr 2006 berichtet. Die Redaktion habe diese Art der Berichterstattung inzwischen eingestellt, weil sie presserechtlich in der bisherigen Form nicht haltbar gewesen sei. Dazu bekenne sich der Verlag. Den Beschwerdeführer habe sie so verstanden, dass dies sein Anliegen gewesen sei. (2006)

Die Jäger-Zeitschrift hat mit dem kritisierten Beitrag gegen das Trennungsgebot von redaktionellen und werblichen Inhalten, definiert in Ziffer 7 des Pressekodex, verstoßen. Nach Auffassung des Presserats handelt es sich um Schleichwerbung im Sinne der Richtlinie 7.2. Gegenüber der Zeitschrift hat der Presserat schon einmal eine Missbilligung ausgesprochen. Da die nunmehr anstehende Beschwerde auf einen vorher erschienenen Beitrag zurückging, verzichtet der Beschwerdeausschuss darauf, eine Maßnahme auszusprechen. Es ist dringend geboten, dass die Zeitschrift, wie von ihr angekündigt, ihre Praxis bei derartigen Veröffentlichungen ändert und die Regelungen der Ziffer 7 des Pressekodex künftig beachtet.

(BK1-359/06)

Aktenzeichen:BK1-359/06
Veröffentlicht am: 01.01.2006
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: begründet, keine Maßnahme