presserat

Werbung

Eine Lokalzeitung arbeitet »seit Jahren« mit einer örtlichen Bierbrauerei zusammen: Die Fußballmannschaft, die in einer Saison am längsten ungeschlagen bleibt, erhält zum Lohn ein 100-Liter-Faß. Darüber wird auch berichtet. In Wort und Bild. Und der Name der Brauerei wird genannt. Die Chefredaktion eines Konkurrenzblattes ärgert sich darüber und beschwert sich beim Deutschen Presserat. Der Beitrag enthalte Produktwerbung. Die Betroffenen sehen das ein. Die Redaktion wird angewiesen, den Namen der Brauerei nicht mehr zu nennen.

Die namentliche Erwähnung der Brauerei hält der Deutsche Presserat für eine unzulässige Vermischung von redaktionellem Text und werblicher Aussage und damit für einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex. Da die Zeitung in ihrer Stellungnahme diesen Verstoß bereits eingeräumt hat und erklärt, er werde sich nicht wiederholen, sieht der Presserat von einer Maßnahme ab. Es wäre sicherlich der kürzere Weg gewesen, heißt es im Ergebnis der Beratungen, wenn sich beide Parteien unmittelbar miteinander ins Benehmen gesetzt hätten.

Aktenzeichen:B 110/90
Veröffentlicht am: 01.01.1990
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: