presserat

Werbung

Eine Lokalzeitung veröffentlicht eine Anzeige einer Schülerhilfe, die in der Aufmachung stark einem redaktionellen Beitrag ähnelt. Zwei Tage später erscheint im Blatt unter der Überschrift „Information aus dem Geschäftsleben“ ein mit einem Kürzel gekennzeichneter redaktioneller Beitrag, der sich mit der Arbeit der Schülerhilfe und mit dem neuen Leiter der örtlichen Niederlassung beschäftigt. Ein Leser der Zeitung vermisst in der ersten Veröffentlichung den Hinweis „Anzeige“ und sieht in dem zweiten Beitrag eine unerlaubte Schleichwerbung. Die Redaktion habe eine Pressemitteilung unredigiert übernommen, vermutet er in einer Beschwerde beim Deutschen Presserat. Die Anzeigenleitung der Zeitung gesteht ein, dass im ersten Falle der Hinweis „Anzeige“ angebracht gewesen wäre. In Zukunft werde sie ihre Anzeigen in diesem Punkt unmissverständlicher gestalten. Zum zweiten Teil der Beschwerde teilt die Geschäftsleitung des Blattes mit, in einer Redaktionskonferenz sei die Veröffentlichung ausführlich diskutiert worden. Dabei seien die Mitarbeiter der Redaktion ausdrücklich auf die allgemeingültigen Regeln der redaktionellen Arbeit hingewiesen worden, so dass man hoffe, der Wechsel eines Leiters der Schülerhilfe werde künftig nicht mehr Anlass für ein Foto mit Bildunterschrift sein. (1997)

Der Presserat sieht in den vorliegenden Veröffentlichungen Ziffer 7 des Pressekodex verletzt, hält die Beschwerde also für begründet. Im ersten Fall hätte es einer Kennzeichnung als Anzeige bedurft. Im zweiten Fall liegt nach Ansicht des Gremiums Schleichwerbung vor, da die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse hinausgeht. In beiden Stellungnahmen der Zeitung erkennt der Presserat jedoch eine hinreichende Wiedergutmachung im Sinne der Beschwerdeordnung, so dass er auf eine entsprechende Maßnahme verzichtet.

Aktenzeichen:B 1/97
Veröffentlicht am: 01.01.1997
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: