22.02.2006

Presserat hält Medienkodex des „Netzwerk Recherche“ für praxisfern

Seit fast fünfzig Jahren sind Regeln für die Berufsethik von Printjournalisten im Pressekodex beschrieben. Der Deutsche Presserat entwickelt diese Regeln stetig weiter. Auf den Kodex haben sich Journalisten und Verleger in Deutschland verpflichtet. Jetzt hat auch das „Netzwerk Recherche“ seine lange angekündigten Regeln für Journalisten veröffentlicht. Während der Pressekodex die gesammelte Erfahrung aus einer kontinuierlichen Beschwerdearbeit des Presserats darstellt, orientieren sich die Regeln des Medienkodex nach Ansicht des Presserats eher an einem Idealzustand.

So sei es ohne Frage wichtig, Werbung vom redaktionellen Teil streng zu trennen, sagte die Sprecherin des Deutschen Presserates, Dr. Ilka Desgranges. Die Forderung „Journalisten machen keine PR“ gehe aber an den Arbeitsbedingungen vor allem vieler junger Kolleginnen und Kollegen vorbei. „Fasst man die Regel so eng, kommt das einem Berufsverbot für freie Journalisten sehr nahe.“ Im Kodex des Deutschen Presserates ist die Trennung geregelt. Nach Ziffer 7 des Pressekodex haben sich Verleger und Journalisten verpflichtet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden.