

14.09.2007

Presserat und Redaktionen bekräftigen Schleichwerbeverbot

Schleichwerbung muss aus Sicht des Deutschen Presserats Tabu bleiben. Bei einer Anhörung des Presserats mit Chefredakteuren und Verlagsverantwortlichen am 12.09.2007 in Bonn waren sich alle Beteiligten einig, dass die Vermischung von Werbung und redaktionellen Inhalten dem Ansehen und den wirtschaftlichen Interessen der Presse schadet. Anlass für das Treffen lieferte die Zunahme von Beschwerden insbesondere aus dem Bereich des Trennungsgebotes (Ziffer 7 des Pressekodex) sowie die sich wandelnden Erwartungen der Redaktionen an die Qualität der Selbstkontrolle.

Von Seiten etlicher Redaktionen gibt es den Wunsch nach einer praxisnahen Konkretisierung des Trennungsgrundsatzes. Für ihre Arbeit bräuchten die Redaktionen eine stark alltagsbezogene Orientierung, wie sie die Richtlinien des Pressekodex handhaben sollten. Diesem Wunsch will der Presserat entsprechen.

„Das ausführliche und konstruktive Gespräch der Mitglieder des Plenums mit den Berufskollegen bestätigte uns in unserem Bemühen um eine engagierte und verlässliche Arbeit im Sinne der journalistischen Berufsethik. Selbstkontrolle ist kein Selbstzweck, unsere berufsethischen Sprüche müssen vor Ort verstanden und auch praktiziert werden. Unser Gespräch mit den Betroffenen hat das wechselseitige Verständnis gefördert“, so Sigrun Müller-Gerbes, stellvertretende Sprecherin des Plenums des Deutschen Presserats. Beide Seiten sind an einer Fortsetzung des Dialogs interessiert.