

PR-Text als redaktioneller Beitrag

Geforderte Sorgfalt im Umgang mit PR-Material grob missachtet

In einer Lokalzeitung erscheint im Rahmen einer Anzeigensonderveröffentlichung ein Beitrag unter dem Titel „Mercedes-Benz Vito“. In der Unterzeile heißt es: „Kostenzwerg, Nutzlastriese und Sicherheitsexperte“. Einen Tag danach veröffentlicht die gleiche Zeitung unter der Rubrik „Automarkt“ einen nahezu identischen Beitrag mit der Überschrift „Kostenzwerg, Nutzlastriese und Sicherheitsexperte“. Ein Leser der Zeitung wendet sich mit einer Beschwerde an den Presserat. Er moniert, dass die Zeitung einen PR-Text als redaktionellen Artikel veröffentlicht habe. Der für Sonderthemen zuständige PR-Redakteur der Zeitung teilt mit, dass der in der Sonderveröffentlichung „Autoneuheiten“ veröffentlichte Beitrag keine Anzeige, sondern ein redaktioneller Text sei. Dieser sei in einem Anzeigenumfeld platziert worden. Dass beide Beiträge mit identischem Text an aufeinanderfolgenden Tagen erschienen seien, erkläre sich durch die Tatsache, dass die Zeitung seit Jahren in loser Folge samstags neue Automodelle vorstelle, die von lokalen Autohändlern angeboten würden. In diesem Fall seien aufgrund organisatorischer Umstände Sonderveröffentlichung und Modellvorstellung so eng zusammengerückt. Die Doppelung erkläre sich durch die Verwendung von Texten aus dem Presseportal der Hersteller. Aufgrund der strengen Vorgaben für die Berichterstattung inklusive der Möglichkeit von Abmahnungen verwende man die Presseveröffentlichung der Händler. Dies auch, „um auf der sicheren Seite zu sein“.

Das Gebot der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten ist in diesem Fall verletzt worden, so dass der Beschwerdeausschuss eine öffentliche Rüge ausspricht. Es geht hier um einen PR-Artikel, der auf einem Presstext des Herstellers des vorgestellten Nutzfahrzeuges beruht. Dies hat die Zeitung im Hinblick auf einen tags zuvor im Rahmen einer Anzeigensonderveröffentlichung abgedruckten identischen Beitrag eingeräumt. Einen Herstellertext an einem Tag und ihn am nächsten Tag als redaktionellen Beitrag nochmals zu veröffentlichen, ist mit der Ziffer 7, Richtlinie 7.2, des Pressekodex nicht vereinbar. Die dort geforderte Sorgfalt im Umgang mit PR-Material wurde von der Zeitung grob missachtet. (0912/14/1)

Aktenzeichen:0912/14/1

Veröffentlicht am: 01.01.2015

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: öffentliche Rüge