Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

19.12. 2019

Schweizer Presserat : „Native advertising“ in der NZZ a. S. verletzt den Journalistenkodex

Von PPS

(Freiburg)(PPS) **Gemäss dem Schweizer Presserat hat die NZZ am Sonntag den Journalistenkodex verletzt und Werbung mit redaktionellem Inhalt verwechselbar dargestellt.** im**press**um **begrüsst die Stellungnahme, verlangt ihre Publikation durch die NZZ a. S. und erinnert daran, dass die Erkennbarkeit von Journalismus und damit die Glaubwürdigkeit aller redaktionellen Medien auf dem Spiel steht.**

Gemäss der Stellungnahme 67/2019, hat die *NZZ am Sonntag* am 2. Juni 2019 vorsätzlich redaktionelle Inhalte mit Werbung vermischt.

im**press**um begrüsst die Stellungnahme, die ebenso wie eigene Anstrengungen die Glaubwürdigkeit des Journalismus stärkt. Der Berufsverband hat das Label « trusted journalist » entwickelt, welches es dem Publikum ermöglicht, auf dem Journalistenkodex basierende journalistische Inhalte klar von allen Formen des Parajournalismus zu unterscheiden, zu denen auch „native advertising“ gehört.

im**press**um fordert die NZZ-Gruppe auf, die Stellungnahme zu veröffentlichen. im **press**um fordert alle Medienunternehmen auf, ab sofort auf die Praxis der offensichtlich beabsichtigten Verwechselbarkeit zwischen redaktionellen und bezahlten Inhalten zu verzichten, da sie die Glaubwürdigkeit der ganzen Branche und damit letztlich auch den wirtschaftlichen Erfolg der Medienunternehmen gefährdet. Der Presserat unterstreicht, dass es gerade im Lichte der dramatischen wirtschaftlichen Situation wichtig ist, das Fundament der Medienbranche, nämlich

ihre Glaubwürdigkeit, nicht zu gefährden.

Der Schweizer Presserat verurteilt mit dieser Stellungnahme einmal mehr diese immer häufiger auftretende Praxis klar, weil die Redaktion damit das Publikum vorsätzlich täusche. Das sei ein Mangel an Respekt vor der Leserschaft. Der „durchschnittliche Leser“ müsse Werbung „auf den ersten Blick“ erkennen, und dafür genüge namentlich der Hinweis auf „sponsored content“ nicht.

Der Journalistenkodex „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“ sowie der Schweizer Presserat sind seit dem 1. Juli 2008 von den Verlegern offiziell anerkannt.

Pressekontakt:

impressum
Zentralsekretariat
Hans-Fries 2
Postfach
1701 Freiburg

info @ impressum.ch
+41 26 347 15 00

Kategorie
Medien & Telekommunikation

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/schweizer-presserat-native-advertising-der-nzz-s-verletzt-den-journalistenkodex*