

28.07.2005

Presseinformation der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche zum Skandal um Schleichwerbung:

Verantwortliche für Schleichwerbung zur Rechenschaft ziehen Harte Kontrollmaßnahmen ergreifen Grauzonen durch Neu-Definition von Schleichwerbung eingrenzen

Der Skandal um Schleichwerbung bei öffentlich-rechtlichen Sendern gefährdet nach Auffassung der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche die Integrität des deutschen Journalismus. Das Netzwerk Recherche fordert nachdrücklich die vollständige Aufklärung aller illegalen Praktiken und Vereinbarungen in diesem Zusammenhang. Die Ergebnisse dieser Aufklärungsarbeit müssen der Öffentlichkeit in vollem Umfang zugänglich gemacht werden. Die Verantwortlichen für die massiven Verstöße gegen Recht und Gesetz, aber auch gegen die ethischen Grundlagen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, müssen zur Rechenschaft gezogen werden. Dies hat in den zuständigen Programmbereichen und –direktionen der Anstalten selbst mit der gleichen Konsequenz zu geschehen wie in den Produktions- und Tochterfirmen, wo es zum Teil bereits entschlossen praktiziert wurde.

Nötig ist nach Ansicht des Netzwerk Recherche zudem eine Neu-Definition und präzise juristische Abgrenzung, welche Werbeaktivitäten zulässig und welche rechtswidrig sind. „Die Grauzone zwischen Schleichwerbung, Product Placement und Sponsoring ist oft fließend. Nur eindeutige präzisierte Definitionen können die Schleichwerbung aus dem praktizierten Dunkelfeld in ein Hellfeld führen“, sagte der Vorsitzende des Netzwerk Recherche, Dr. Thomas Leif.

Das Netzwerk Recherche warnt davor, dass die jetzt bekannt gewordenen Verfehlungen von Konkurrenten der öffentlich-rechtlichen Sender für eine Kampagne gegen den gebührenfinanzierten Rundfunk und damit das Duale System bisheriger Prägung missbraucht werden. Damit würde auch dem Recherche-Journalismus dauerhaft Schaden zugefügt.

Nicht nur die öffentlich-rechtlichen Sender haben jahrelang bei der Kontrolle und Abwehr der Schleichwerbung versagt. Auch bei den privaten Sendern gibt es nur eine „Pseudo-Kontrolle“ und sogar zum Teil extreme Fälle von Schleichwerbung, die nicht geahndet wurden, obwohl es sich zweifelsfrei um Dauerwerbesendungen handelte.

Die zuständigen Kontrollgremien im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk müssen nach Auffassung des Netzwerk Recherche ihre von der Gesellschaft übertragenden Kontrollaufgaben künftig auch tatsächlich wahrnehmen.

In ARD und ZDF hat sich über Jahre eine gründliche und aufwendige Abnahmekultur für journalistische Produkte entwickelt. Diese Abnahmekultur muss nach Auffassung des Netzwerk Recherche in Zukunft für die Kontrolle aller Formate

gelten. Nur die Anwendung und der Nachweis harter Kontrollmaßnahmen kann nach Ansicht des Netzwerk Recherche dazu führen, erschüttertes Vertrauen wieder neu aufzubauen.

Kontakt: Dr. Thomas Leif, Tel: 0171/9321891