

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6688/1213993/schleichwerbung-pr-rat-intervenierte-beim-vorsitzenden-der-ard> abgerufen werden.

DPRG e.V.

Schleichwerbung: PR-Rat interveniert beim Vorsitzenden der ARD

19.06.2008 - 17:44 Uhr, DPRG e.V.

Berlin, 19.6.2008 (ots) - Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Berlin, hat die wiederholte Ausstrahlung von ARD-Serien, in denen Schleichwerbung nachgewiesen wurde, beanstandet. Mit dem nachfolgenden Brief vom 18.06.08 wandte sich der PR-Rat an den Vorsitzenden der ARD, Fritz Raff vom Saarländischen Rundfunk:

Schleichwerbung in der ARD
Sehr geehrter Herr Raff,
in den Jahren 2006 bis 2008 hat der Deutsche Rat für Public Relations mehrere Fälle von Schleichwerbung in ARD-Serien ("Marienhof", "Tatort") verfolgt und die entsprechenden Firmen als Auftraggeber, bzw. Vermittler von Schleichwerbung öffentlich gerügt. Zuletzt wurden sieben Pharmaunternehmen für die Platzierung verdeckter Werbebotschaften in der ARD-Serie "In aller Freundschaft" gerügt. Hilfreich dafür waren die Listen Ihrer internen Clearingstelle.
Durch Zuschauer Ihrer Programme sind wir jetzt darauf aufmerksam gemacht worden, dass die fraglichen Sendungen in den dritten Programmen der ARD fast unverändert wiederholt werden. Lediglich konkrete Produkt-/ Wirkstoffnennungen werden demnach akustisch überblendet bzw. verändert.
Dies reicht aus unserer Sicht allerdings nicht aus, da der intendierte Schleichwerbe-Effekt auch so erreicht wird. Der interessierte Zuschauer kann den konkreten Produktbezug im Anschluss an die thematische Rezeption unschwer selbst herstellen. Dies ist in vielen Fällen sogar eine wirkungsvollere Methode als eine leichter zu durchschauende genaue Produktnennung.
Wir bitten Sie daher hiermit Ihrer besonderen Verantwortung als öffentlich- rechtliche Sendeanstalten nachzukommen und alle Serien, in denen gemäß den Listen der ARD-Clearingstelle Schleichwerbung festgestellt wurde, vor einer erneuten Ausstrahlung zu prüfen und entsprechende Passagen zu schneiden, vollständig zu überblenden, für die Zuschauer als Werbebotschaft eindeutig kenntlich zu machen oder die Folgen nicht mehr auszustrahlen.
Wir weisen darauf hin, dass wir die Presse mittels der beigefügten Presseinformation heute über unsere Bitte an Sie unterrichtet haben.
Mit freundlichen Grüßen

Matthias Rosenthal
Stellvertretender Vorsitzender
Vorsitzender der Beschwerdekammer III

@@infblk@@

Pressekontakt:
Matthias Rosenthal, Stellvertretender Vorsitzender des DRPR
Vorsitzender des Beschwerdeausschusses für TV-Schleichwerbung
KOOB Agentur für Public Relations GmbH (GPRA), Solinger Str. 13
45481 Mülheim a. d. Ruhr, Tel. +49 208 4696-341
Fax +49 208 4696-300, E-Mail: Matthias.Rosenthal@koob-pr.com

Der Deutsche PR-Rat wurde 1987 gegründet. Er hat kommunikatives Fehlverhalten gegenüber Öffentlichkeiten zu ahnden und ist darin eine dem Deutschen Presserat und dem Deutschen Werberat vergleichbare Institution der freiwilligen Selbstkontrolle. Seit über 15 Jahren greift er aktiv in das PR-Geschehen ein: Wie die anderen Räte spricht er öffentliche Rügen und Mahnungen aus, erlässt Verhaltensrichtlinien und nimmt zu kommunikativen Fehlentwicklungen in der Öffentlichkeit Stellung.

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6688/dprg-e-v>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6688.rss2