

28.06.2017 - 12:30 Uhr

Media Service: Schweizer Presserat präzisiert Richtlinien: Leser muss bezahlte Inhalte erkennen können

Bern (ots) -

Der Schweizer Presserat hat seine Richtlinien 10.1 (Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbung) und 10.2 (Sponsoring, Pressereisen, Koppelung von redaktionellen Berichten und Werbung) überarbeitet. Er fasst damit die neuen Formen von bezahlten Inhalten ins Auge. Konkreter Auslöser war eine Beschwerde gegen ein sogenanntes Native Advertising auf dem Newsportal «watson.ch». Der Presserat stellt klar, dass bezahlte oder durch Dritte zur Verfügung gestellte Inhalte gestalterisch von redaktionellen Beiträgen klar abzuheben sind. Sofern sie nicht eindeutig als Werbung erkennbar sind, ist zwingend zu deklarieren, dass es sich um bezahlten Inhalt handelt. Die revidierten Richtlinien treten am 1. Juli 2017 in Kraft.

http://presserat.ch/Documents/Richtlinien_2017.pdf

Gleichzeitig veröffentlicht der Presserat sein Jahrheft 2017. Es berichtet über Anzahl und Inhalt der Beschwerden des vergangenen Jahres. Dann benennt Markus Spillmann, Präsident der Stiftung «Schweizer Presserat», die Herausforderungen für den Presserat und sieht in der Medienkrise gar Chancen für Journalisten. Dominique von Burg, Präsident des Presserats, freut sich über Good News für den Journalismus. Und Presseratsmitglied Michel Bührer analysiert die Zumutungen des «Inhaltsmarketing».

http://www.presserat.ch/Documents/Jahrheft2017_d.pdf

Kontakt:

Schweizer Presserat
Conseil suisse de la presse
Consiglio svizzero della stampa
Ursina Wey
Geschäftsführerin/Directrice
Rechtsanwältin
Effingerstrasse 4a
3011 Bern
+41 (0)33 823 12 62
info@presserat.ch
www.presserat.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018292/100804292> abgerufen werden.