

Spoštovani,

ponovno so se pojavili pozivi, ki jih posamezniki širijo na družabnih omrežjih in celo pošiljajo našim partnerjem ter v katerih pozivajo, da podjetja umaknejo oglaševanje iz Slovenskih novic.

Dovolite, da pojasnimo stališče časopisne hiše Delo d.o.o.

Vse zgodbe, ki jih naši novinarji Slovenskih novic in Dela spremljajo, so v skladu z načelom varovanja zasebnosti ter gre povsem za legitimno poročanje. Zgodbe, kot je tragična smrt dveh najstnic, so lahko tudi opozorilo in vodilo (mladim) voznikom, da se zavejo kaj lahko nepremišljenost povzroči. V uredništvu Slovenskih novic so se na tovrstni žalostni razplet tako tudi odzvali, da morda s tem preprečijo še kakšno tragedijo, kjer bi ugasnilo še kakšno mlado življenje.

Zgodbe Slovenskih novic so zgodbe ljudi, tragične, kjer je namen opozoriti in preprečiti morebitna takšna dejanja, pa tudi zgodbe s katerimi spodbujamo bralce k dobrodelnosti in pomoči ter s tem ljudem sporočati, da ljudje v stiski niso sami. Prek Krambergerjevega sklada za pomoč družinam in posameznikom v stiski so Slovenske novice doslej darovale že skoraj pol milijona evrov pomoči potrebnim Slovenkam in Slovencem. Na drugi strani pa menimo, da je potrebno poskuse posameznikov, ki zlorabljajo te žalostne zgodbe za osebno samopromocijo ali s parcialnimi ekonomskimi interesi pospremljeno hujskaštvo, obsoditi.

Novinarji Slovenskih novic so pri poročanju o tragični zgodbi upoštevali profesionalne standarde ter so poročali korektno in v skladu z zakonskimi omejitvami.

Ocenjujemo, da pozivi k umiku oglaševanja zasledujejo izključno namen škodovati družbi Delo d.o.o., z napeljevanjem k preprečevanju in oteževanju poslovnih razmerij oglaševalcev, kar lahko pomeni nelojalno konkurenco. Postavlja se vprašanje, zakaj se pozivi oglaševalcem usmerjajo le proti enemu mediju, torej Slovenskim novicam? Verjetno se boste strinjali, da Slovenske novice niso bile niti prvi niti edini medij, ki je poročal o zgodbi, med vsemi mediji, ki so o zadevi poročali, pa so, kot kaže, edine napadene.

Zakaj torej časopisna hiša Delo? Po logiki posameznikov, ki širijo pozive k umiku oglaševalcev iz medijev, bi torej morali aplicirati takšen poziv na vse medije v Sloveniji. Le umik iz vseh medijev, ki so o zgodbi poročali, bi lahko smatrali za stvar načelnosti.

Verjamemo, da tovrstni pozivi in pritiski posameznikov na naše sodelovanje s partnerji, pa tudi na naše bralce, ne bodo vplivali in bomo odlično sodelovali še naprej.

Za morebitna dodatna pojasnila pa smo vam seveda na voljo.

Hvala in lep pozdrav,

Dolores Podbevšek Plemeniti

Direktorica marketinga

Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi