

## Leserservice in Fachzeitschrift

### Verknüpfung von redaktionellem Inhalt und werblichen Aussagen liegt nicht vor

Eine Zeitschrift berichtet unter der Überschrift „Neu – die süße Hauptmahlzeit über eine Firma. Die Titelseite enthält ein Produktlogo des Unternehmens. In einem weiteren Beitrag unter der Überschrift „Hygiene am kritischen Kontrollpunkt“ wird über eine weitere Firma berichtet. Dieser Beitrag enthält ein Motiv, das einer Anzeige entnommen ist. Zudem werden ausführliche Adressangaben veröffentlicht. Der Beschwerdeführer – er kommt aus der gleichen Branche – bemängelt, dass der Käufer der Titelseite in der Titelstory allein genannt werde. Er ruft den Deutschen Presserat an. Nach seiner Meinung sei es nicht gerechtfertigt, in dem redaktionellen Beitrag das Anzeigenmotiv aufzugreifen. Dieses Motiv sei Bestandteil einer Anzeige und somit werblich. Ebenso sei fraglich, ob die Veröffentlichung der Adressangaben einen Service darstelle. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift teilt mit, dass die Verbindung von Titelseite und Titelstory branchenüblich sei. Auch in der Zeitschrift des Beschwerdeführers sei die werbliche Titelseite mit einer redaktionellen Titelstory verbunden. Aufgabe der Zeitschrift sei es, das Fachpublikum über Produkte und Produktneuheiten zu informieren. Es sei nicht zu kritisieren, dass in dem Beitrag „Hygiene am kritischen Kontrollpunkt“ Hersteller-Etiketten, die auch in einer Anzeige enthalten seien, übernommen worden seien. Die Veröffentlichung detaillierter Kontaktadressen sei ebenfalls nicht zu beanstanden, da es sich bei den Lesern um ein Fachpublikum handle, für das diese Angaben von besonderem Interesse seien. (2002)

Der Presserat weist die Beschwerde als unbegründet zurück, da eine Verletzung der Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken) nicht vorliegt. Es ist nicht zu beanstanden, wenn in einer Titelgeschichte ausschließlich über ein Unternehmen berichtet wird. Dies liegt im Rahmen der redaktionellen Entscheidungsfreiheit und verstößt nicht gegen presseethische Grundsätze. Im Fall der Verwendung eines Teils eines Anzeigenmotivs in dem Beitrag „Hygiene am kritischen Kontrollpunkt“ ist das Gremium der Ansicht, dass hier keine Verknüpfung von Werbung und redaktionellem Inhalt stattfindet. Hier handelt es sich um eine zulässige Illustration des redaktionellen Beitrags. Daraus kann keine werbende Aussage abgeleitet werden. (B1–313/02)

**Aktenzeichen:**B1–313/02

**Veröffentlicht am:** 01.01.2002

**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7);

**Entscheidung:** unbegründet