presserat

Fachbeiträge von Firmenvertretern

Hinweise auf Namen, Position und Unternehmen der Autoren

Ein Fachverlag bietet interessierten Unternehmen gegen Entgelt die Veröffentlichung von redaktionellen Beiträgen im Messe-Sonderheft einer Fachzeitschrift zum Thema Automatisierung an. Die Artikel werden unter Hinweis auf den Autor und das von ihm vertretene Unternehmen veröffentlicht. Im Angebot heißt es: „Ihr eingereichter Fachbeitrag wird nach denselben Redaktionsregeln bearbeitet, die für die Fachzeitschriften des Verlages gelten. Sie brauchen der Redaktion lediglich die dafür notwendigen Informationen zugänglich machen. Komplette Recherchen – auch vor Ort – und die Übersetzung Ihres Beitrags werden von der Redaktion ebenfalls erbracht, sind jedoch im Leistungsumfang nicht enthalten.“ Die Preise variieren je nach Seitenzahl zwischen 2.500 und 8.000 Euro. Im Preis ist die Lieferung von jeweils 150 bis 700 Heften der Sonderpublikation enthalten. Ein anderes Verlagsunternehmen schaltet den Deutschen Presserat ein. Aus dem Angebot gehe hervor, dass Redaktion käuflich sei. Dies verstoße gegen den in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Trennungsgrundsatz. Die Rechtsvertretung des Fachverlages weist darauf hin, dass das Unternehmen redaktionelle Beiträge für seine Zeitschrift von Dritten erstellen lasse und dann redaktionell überarbeite. Die Gegenleistung dafür, dass Dritte Beiträge zur Verfügung stellen, bestehe darin, dass der Dritte Exemplare der Ausgabe, in welcher der Beitrag veröffentlicht werde, zu einem geringeren als dem normalen Preis beziehen könne. Der bloße Umstand, dass ein redaktioneller Beitrag von einem Produkthersteller stamme, sei nicht zu beanstanden. Dies gelte selbst dann, wenn in dem Beitrag ein Produkt des Herstellers positiv erwähnt werde. Die Rechtsvertretung zitiert aus Urteilen des BGH und der Oberlandesgerichte Saarbrücken, Düsseldorf und Hamburg. Zusammenfassend ist darin die Aussage enthalten, dass eine Berichterstattung wie die vorliegende unbedenklich ist, solange die sachliche Information des Lesers im Vordergrund stehe. (2002)

Der Presserat kommt bei der Prüfung des Falles zu dem Ergebnis, dass eine Verletzung von Ziffer 7 des Pressekodex nicht vorliegt. Er weist die Beschwerde als unbegründet zurück. Nach seiner Meinung ist es für den Leser der Publikation klar ersichtlich, dass es sich bei den Veröffentlichungen nicht um redaktionell nachrecherchierte Beiträge, sondern um Artikel von Firmenvertretern handelt. Dies wird durch die auf der ersten Seite der jeweiligen Beiträge veröffentlichten Hinweise auf Namen, Position und Unternehmen des jeweiligen Verfassers deutlich. Der Leser kann die Beiträge entsprechend bewerten, so dass eine Täuschung nicht vorliegt. (B 1-314/02)

(Siehe auch „Koppelung von Werbung und Text“ B1-92/03)

Aktenzeichen:B 1-314/02
Veröffentlicht am: 01.01.2002
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet