presserat

Produktinformation

Fachzeitschrift kann Telefonnummern und Internetadressen nennen

Mit Telefonnummern und Internetadressen ergänzt eine Fachzeitschrift ihre Produktinformationen. Ein konkurrierender Verlag sieht in den Beiträgen Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken und ruft den Deutschen Presserat an. Es handle sich immer wieder „um nähere oder auch weitere Informationen“. Dadurch werde der Leser praktisch gezwungen, bei den Firmen anzurufen, um sich die benötigten Auskünfte zu besorgen. Der Beschwerdeführer ist der Ansicht, dass eine Fachzeitschrift eine Informationsaufgabe habe und dadurch der Wissensdurst der Leser gestillt werden müsse. Die kritisierte Zeitschrift hält dem Vorwurf entgegen, es gehöre zu ihrer Informationsaufgabe, auch Kontaktadressen zu nennen. Dort könne sich der Leser ergänzendes Material beschaffen. Die Produktinformationen gehörten zum redaktionellen Teil der Zeitschrift. Dafür gebe es keine Bezahlung. So liege auch kein Verstoß gegen den Pressekodex vor. (2002)

Die Nennung von Telefonnummern und Internetadressen kann akzeptiert werden. Zu diesem Ergebnis kommt der Presserat, der die Beschwerde als unbegründet zurückweist. Eine Verletzung von Ziffer 7 des Pressekodex liegt nicht vor. Bei den Lesern der Zeitschrift handelt es sich um ein Fachpublikum, für das diese Angaben einen zusätzlichen Service darstellen. Es besteht daher ein berechtigtes Informationsinteresse der Leser an derartigen Hinweisen. (B1–151/02)

Aktenzeichen:B1–151/02
Veröffentlicht am: 01.01.2002
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet