

E-Book-Reiseführer allein auf dem Markt

Hinweis im redaktionellen Teil ist keine Schleichwerbung

Eine Zeitschrift veröffentlicht unter der Überschrift „Muss i denn zum Städele hinein“ einen Beitrag über Städtereisen mit Tipps der Redaktion. Es folgt ein kurzer Artikel mit der Überschrift „Gewusst, wo“. Darin wird auf das E-Book-Reiseführer-Angebot eines Verlags und eine Download-Möglichkeit von Demoverionen hingewiesen. Ein Leser sieht einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Trennungsgebot und wendet sich an den Deutschen Presserat. Er konstatiert Schleichwerbung für den genannten Verlag und werbende Formulierungen. Außerdem würden keine anderen Anbieter genannt. Der Redaktionsleiter der Zeitschrift nimmt Stellung. Die elektronischen Reiseführer aus dem Verlag waren nach dem Kenntnisstand der Redaktion die einzigen auf dem Markt. Die Produkte anderer Anbieter hätten im Vergleich mit der Buchausgabe nur ausgedünnt zur Verfügung gestanden. Die Stellungnahme endet mit dem Hinweis auf das Alleinstellungsmerkmal. (2007)

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Formulierungen im Beitrag „Gewusst, wo“ keine Verletzung des Trennungsgebots. Er hat selbst recherchiert und festgestellt, dass der elektronische Reiseführer aus dem genannten Verlag tatsächlich als einziger den vollständigen Inhalt der Buchausgabe enthält. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung war der Verlag der einzige, der den Inhalt seiner gedruckten Reiseführer komplett für Palm und Pocket CD-PDA´s zur Verfügung stellte. Somit besteht ein Alleinstellungsmerkmal. Die Vorstellung des Angebots ist deshalb von begründetem öffentlichen Interesse. Die Beschwerde ist unbegründet. (BK1-223/07)

Aktenzeichen:BK1-223/07

Veröffentlicht am: 01.01.2007

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

Entscheidung: unbegründet