

Redaktion kann Hotels vorstellen

Keine Anhaltspunkte für eine bezahlte Veröffentlichung

Eine Zeitschrift veröffentlicht einen Artikel unter der Überschrift „Chalkidiki – Sonne, Strände und Sirtaki“ über die griechische Halbinsel. Dem Beitrag beigelegt ist ein Kasten mit Preisen und Infos zu zwei Hotels. Eine Bewertung durch Hotel-Gäste schließt sich an. Ein Leser vermutet eine bezahlte Veröffentlichung und wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Stabsstelle Medienrecht des Verlages, in dem die Zeitschrift erscheint, teilt mit, dass der kritisierte Beitrag zahlreiche redaktionelle Tipps enthalte, die als solche gekennzeichnet seien. Die Auswahl der Hotels sei redaktionell begründet, weshalb von Schleichwerbung keine Rede sein könne. (2006)

Der Presserat sieht keine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex definierten Trennungsgrundsatzes von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Beschwerde ist unbegründet. Bei der Vorstellung der beiden Hotels handelt es sich um eine zulässige, von der Redaktion getroffene Auswahl. Für die Leser kann es von Interesse sein, über das Angebot von Hotels in einer bestimmten Gegend unterrichtet zu werden. Wenn die Redaktion eine Auswahl trifft, liegt das in ihrem Ermessen. Der Presserat sieht keine Schleichwerbung und hat auch keine Anhaltspunkte dafür, dass es sich bei dem kritisierten Beitrag um eine bezahlte Veröffentlichung handelt. (BK1-358/06)

Aktenzeichen: BK1-358/06

Veröffentlicht am: 01.01.2006

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

Entscheidung: unbegründet