

Hinweis auf kommerziellen Anbieter fehlt

Trennungsgebot nach dem Pressekodex wurde nicht beachtet

Eine Berliner Zeitung interviewt einen Kabarettisten. Am Ende des Beitrags steht ein Link, über den Karten bestellt werden können. Hinter dem Link verbirgt sich „Berlin-Ticket.de“, der „...-Ticketshop powered by HEKTICKET.de“. Ein Leser ist der Auffassung, dass der Link zu „Hekticket“ als Werbung hätte gekennzeichnet werden müssen. Die Zeitung gibt zu der Beschwerde keine Stellungnahme ab. (2009)

Der Beschwerdeausschuss erkennt eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex vorgeschriebenen klaren Trennung zwischen redaktionellen und werblichen Inhalten. Der am Ende des Interviews stehende Link führt zum Ticketverkauf eines kommerziellen Anbieters. Es wäre nach Richtlinie 7.1 des Pressekodex notwendig gewesen, dem Leser – bereits bevor er den Link anklickt – deutlich zu machen, dass er zu einem kommerziellen Angebot weitergeleitet wird. Im Hinblick auf das Trennungsgebot wäre dies erforderlich gewesen. Der Presserat spricht einen Hinweis aus. (BK1-245/09)

Aktenzeichen:BK1-245/09

Veröffentlicht am: 01.01.2009

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

Entscheidung: Hinweis