

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 0400/24/1-BA-V

Ergebnis: **Beschwerde begründet, öffentliche Rüge,
Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **04.12.2024**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Zeitungs-Webseite veröffentlicht unter der Überschrift „Beschriftungsgerät Test 2024“ eine Liste mit Bewertungen von Beschriftungsgeräten. Dazu heißt es im einleitenden Text, ihr (namentlich genannter) Experte, mit seiner profunden Erfahrung aus über 200 Produktbewertungen, habe zusammen mit dem Team des [Name Zeitung] eine Vielzahl von Geräten auf Herz und Nieren geprüft, wobei Kriterien wie Abmessungen, Gewicht und Typ im realen Einsatz getestet worden seien. Die Kooperation mit [Name Webseite] und die TÜV-zertifizierte Testmethodik gewährleisten dabei, dass ihre Testberichte und Vergleiche stets unabhängig, objektiv und mit den aktuellsten Produktdaten versehen seien.

Der „Dokumentenscanner Test 2024“ wird unter anderem eingeleitet mit: „Mein Name ist [Namensnennung], und mit meinem fundierten technischen Verständnis aus über 200 Produktbewertungen habe ich gemeinsam mit dem [Name Webseite]-Team die führenden Scannermodelle auf Herz und Nieren geprüft...“

Zum „Notebook Test 2024“ heißt es einleitend, mit der Expertise vom (namentlich genannten) Autor, der sein fundiertes Wissen aus über 200 Produktbewertungen einbringe, habe man jedes Gerät auf Herz und Nieren geprüft, wobei Betriebssystem, Prozessorleistung und Bildschirmgröße ausschlaggebende Faktoren gewesen seien. Ihre

unabhängigen und objektiven Testergebnisse, die in Kooperation mit [Name Webseite] entstanden und TÜV-zertifiziert seien,...

Über den Veröffentlichungen befindet sich jeweils ein grauer Balken mit dem Hinweis „Verlagsangebot in Kooperation mit []“.

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, beigefügt habe er den sogenannten Test „Beschriftungsgerät Test 2024 • Die 6 besten Beschriftungsgeräte im Vergleich“. Er erscheine an vier Tagen in vier unterschiedlichen Versionen. Am 13.04., 14.04. und 15.04. sei die Tabelle überschrieben mit: „Beschriftungsgeräte Bestenliste 2024“. Letzte Aktualisierung 22.03.2024. Am 07.04. mit: „Beschriftungsgeräte Bestenliste 2024“, 22.03.2024. Am 07.04. habe die Tabelle nur fünf Produkte umfasst. Das zeige: Offensichtlich erfolge die Notenvergabe vollkommen willkürlich. Die Tabellen seien neuerdings nicht mehr einfach nur mit dem Datum „22.3.2024“ überschrieben, sondern mit der offensichtlich falschen Behauptung „Letzte Aktualisierung 22.3.2024“

Der „Dokumentenscanner Test 2024“ erscheine an vier Tagen in drei Versionen. Am 13.04., 14.04. und 15.04. sei die Tabelle überschrieben mit: „Dokumentenscanner Bestenliste 2024“. Letzte Aktualisierung 19.3.2024“. Am 07.04. sei die Tabelle überschrieben mit: „Dokumentenscanner Bestenliste 2024. 19.3.2024“.

Der „Notebook Test 2024“ erscheine an drei Tagen in zwei Versionen. Am 12.04., 15.04. und 16.04. seien die Tabellen überschrieben mit: „Notebook Bestenliste 2024“. Letzte Aktualisierung 22.3.2024“.

III. Der Leiter Recht trägt vor, man halte die Beschwerde für unbegründet. Zum einen werden die beanstandeten Seiten nicht von ihnen verantwortet. Zum anderen wäre aber auch selbst bei einer eigenen redaktionellen Bearbeitung durch ihr Haus die Beschwerde unbegründet, denn ein Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht liege erneut nicht vor.

Im Einzelnen (alle Hervorhebungen durch Verfasser):

1. Presseethische Verantwortlichkeit

Die vorliegende Beschwerde betreffe einen Sachverhalt, der nach Angaben des Beschwerdeführers bereits durch den Vorgang 0026/24/1-BA entschieden worden sein soll. Abgesehen davon, dass die Sachverhalte aber tatsächlich voneinander abwichen – und daher die Behauptung des Beschwerdeführers, ihr Haus ergreife keine Maßnahmen nach Aussprache einer Missbilligung ersichtlich an der Sache vorbei gingen – wolle man diese Gelegenheit nutzen, ihr Unverständnis zum Ausspruch der Missbilligung zum Ausdruck zu bringen:

a) In der Entscheidung 0026/24/1-BA sei eine presseethische Verantwortlichkeit ihrer Redaktion angenommen worden. Dies sei gestützt worden auf die selbstverständliche und von ihnen auch nicht in Zweifel gezogene Grundsatzentscheidung, dass eine Redaktion für „fremde Federn“ auch die Verantwortung übernimmt. Diese Grundsatzentscheidung beziehe sich indes aber auf „journalistische Inhalte von Dritten“. In dem angegriffenen Sachverhalt habe aber kein solcher „journalistischer Inhalt“ vorgelegen. Vielmehr sei der Test unter einem fremden Impressum und vor allem auch mit der Einleitung:

Betriebssystem, Prozessorleistung und Bildschirmgröße ausschlaggebende Faktoren waren. Unsere unabhängigen und objektiven Testergebnisse die in Kooperation mit [Name Beschwerdegegnerin] entstanden und TÜV-zertifiziert sind. bieten Ihnen transparente Bewertungen und aktuelle Produktdaten, um Ihnen die Auswahl des optimalen Notebooks zu erleichtern.

Für den Leser unschwer erkennbar, teile hier ein Dritter („die in Kooperation mit [Name Beschwerdegegnerin] entstanden...“) mit, einen Test durchgeführt zu haben.

b) Des Weiteren führe nach ihrer Auffassung ein Fremdimpressum auch aus der Übernahme der redaktionellen Verantwortung ihres Hauses heraus, denn es gebe gerade einen anderen Verantwortlichen, der auch in Anspruch genommen werden könne.

c) Auch inhaltlich stimme man mit der Entscheidung nicht überein. Eine Veröffentlichung aktualisierter Testergebnisse auch unter einem gleichen Zeitstempel sei nach ihrer Auffassung nicht zu beanstanden. Für einen Leser sei irrelevant, ob ein bestimmter Sachverhalt einmal anders bewertet wurde. Maßgeblich sei allein der Umstand, dass die aktuelle Bewertung wiedergegeben und begründet werde. Dass dies der Fall gewesen sei, habe auch der Beschwerdeführer im Vorgängerverfahren nicht bestritten. Die Schlussfolgerung (Notenvergabe) sei nicht nur eine Meinungsäußerung, sondern auch nicht justitiabel.

2. Vorliegender Sachverhalt

Man sei auf den vorstehenden Sachverhalt bewusst so detailliert eingegangen, weil der Beschwerdeführer hier eine Vergleichbarkeit behauptete, die tatsächlich nicht gegeben sei.

a) Fehlende redaktionelle Verantwortung

Die beanstandeten Tests werden von der [Name] GmbH durchgeführt. Die Leser werden darauf hingewiesen, dass es sich bei dem jeweiligen Test um ein „Verlagsangebot in Kooperation mit [Name Webseite Kooperationspartner]“ handele (die Beschwerdegegnerin verweist auf einen Hinweis unter den Kartireitern der Seite).

Die Leser erkennen zudem anhand des Layouts, dass es sich nicht um einen Artikel der Beschwerdegegnerin, sondern um eine Werbekooperation handele. Zunächst einmal erscheine bei Aufruf der Seite eine erneute Consent Bar. Über die werde bereits der Verwender kenntlich gemacht. Sodann fehlten auf der Seite selbst die übliche Angabe des Veröffentlichungszeitpunktes sowie die verschiedenen Möglichkeiten, den Inhalt zu teilen, zu drucken oder in die Merkliste aufzunehmen. Dieser Eindruck werde deutlich davon untermauert, dass die Seiten der beanstandeten Tests zu folgendem Impressum der testdurchführenden GmbH führten (die Beschwerdegegnerin führt das Impressum auf).

Der werbliche Charakter werde auch durch den Provisionshinweis deutlich, der sich ebenfalls auf der Startseite befinde:

Disclaimer

Die Vergleichstabellen beinhalten sogenannte Affiliate-Links. Kaufen Sie über diese Links ein Produkt, erhalten wir eine Provision.

Daneben werden die Leser in den Tests selbst auf die Erstellungen durch einen Dritten hingewiesen. Denn dort heiße es

In der Welt der Technologie ist ein leistungsstarkes Notebook der Schlüssel zu mobiler Effizienz. Mit der Expertise von [Name Tester], der sein fundiertes Wissen aus über 200 Produktbewertungen einbringt, haben wir jedes Gerät auf Herz und Nieren geprüft, wobei Betriebssystem, Prozessorleistung und Bildschirmgröße ausschlaggebende Faktoren waren. Unsere unabhängigen und objektiven Testergebnisse, die in Kooperation mit [Name Beschwerdegegnerin] entstanden und TÜV-zertifiziert sind... [Hervorhebung nur hier]

So verhalte es sich auch in der Einleitung zu dem beanstandeten Dokumentenscanner-Test, in der es heiße

In einer Welt, in der Effizienz und Digitalisierung Schlüssel zum Erfolg sind, erweisen sich Dokumentenscanner als unverzichtbare Helfer, um Papierkram schnell und sicher ins Digitale zu überführen. Mein Name ist [Name], und mit meinem fundierten technischen Verständnis aus über 200 Produktbewertungen habe ich gemeinsam mit [Name Beschwerdegegnerin]-Team die führenden Scannermodelle auf Herz und Nieren geprüft – dabei standen neben Scan-Technologie auch Gewicht und Maße im Fokus unserer TUV-zertifizierten Testverfahren. [Hervorhebung nur hier]

sowie in der Einleitung zu dem beanstandeten Beschriftungsgeräte-Test, in der es heiße

Ordnung und Klarheit sind das A und O in einem gut organisierten Alltag, und ein hochwertiges Beschriftungsgerät kann hier wahre Wunder wirken. Unser Experte [Name], mit seiner tiefen Erfahrung aus über 200 Produktbewertungen, hat zusammen mit dem Team von [Name Beschwerdegegnerin] eine Vielzahl von Geräten auf Herz und Nieren geprüft, wobei Kriterien wie Abmessungen, Gewicht und Typ im realen Einsatz getestet wurden. [Hervorhebung nur hier]

Der Hinweis auf die Kooperation mit ihrem Haus mache ebenfalls deutlich, dass der Beitrag nicht von ihnen erstellt worden sei. Folglich sei man weiterhin der Ansicht, dass die beanstandeten Seiten nicht von ihnen, sondern der genannten GmbH verantwortet werden und die Beschwerdegegnerin dementsprechend nicht die richtige Adressatin der Beschwerde sei.

b) Hilfsweise: Journalistische Sorgfalt

Ungeachtet der fehlenden Verantwortlichkeit ihres Hauses verletze die Art der Darstellung auch nicht die journalistische Sorgfaltspflicht. Schon in der Beschwerdesache 0026/24/1-BA habe der Beschwerdeausschuss zugestanden, dass es dem Veröffentlichenden unbenommen bleibe, anhand der eigenen Kriterien die Tests zu überarbeiten und ggf. zu neuen, abweichenden Ergebnissen zu kommen.

Der Beschwerdeführer beanstandete – soweit ersichtlich – wieder eine „vollkommen willkürliche Notenvergabe“. Diesen Vorwurf weise man erneut zurück. Der Testersteller habe lediglich anhand seiner Kriterien Tests überarbeitet. Es sei zu beachten, dass die Überarbeitung auf regelmäßig aktualisierten Berechnungen beruhe, die die einzelnen sich stets verändernden Kriterien (wie z. B. Produktverfügbarkeit, Preis) umfangreich berücksichtigten. Die Noten werden relativ und nicht absolut kalkuliert, was häufig zu Veränderungen führt. Die Leserschaft sei an aktualisierten Darstellungen interessiert und wisse, dass sich zugrundeliegende Faktoren änderten und Aktualisierungen vorgenommen werden. Bei den Tests gehe es den Lesern gerade um das Gesamtergebnis des Experten, nicht um die einzelnen Faktoren. Außerdem könne anhand der einzelnen Kategorien und Erklärungen nachvollzogen werden, worauf sich das Ergebnis stütze. Hier stehe es dem Einzelnen ohnehin offen, eine andere Gewichtung und Einschätzung vorzunehmen.

Außerdem bitte man zu berücksichtigen, dass die testdurchfhrende GmbH die Entscheidung des Beschwerdeausschusses bereits zum Anlass genommen habe, noch mehr Transparenz für die Leserschaft zu schaffen. So finde sich bei den Tests nun nicht nur die Angabe der letzten Aktualisierung – was der Beschwerdeführer zwar erwähne, aber für unerheblich halte – aber unübersehbar sei, sondern auch ein Hinweis auf die Art der Aktualisierung, etwa

Letzte Aktualisierung am: 19.08.2024

Das Produkt "Epson DS-410" wurde auf Position 4 mit der Bewertung 2.84 neu aufgenommen in die Tabelle.

Notebook Bestenliste 2024

Letzte Aktualisierung am: 22.08.2024

Das Produkt „ASUS 7524" wurde aus der Tabelle genommen zur erneuten Prüfung

Letzte Aktualisierung am 15.08.2024

Das Produkt „khanka Etikettendrucker Etui" wurde auf Position 5 mit der Bewertung 2.86 neu aufgenommen in die Tabelle.

3. Ergänzung

Außerdem wolle man darauf hinweisen, dass der Beschwerdeführer die Beschwerdegegnerin für eine persönliche Auseinandersetzung mit der testdurchführenden GmbH zu instrumentalisieren scheine. So gehe aus der Website der testdurchführenden GmbH hervor, dass es schon zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung zwischen dem Verein des Beschwerdeführers und der GmbH aufgrund persönlichkeitsrechtsverletzender Aussagen des Vereins des Beschwerdeführers gekommen sei. Ziel des Beschwerdeführers scheine es also zu sein, ihren Kooperationspartner zu diskreditieren.

4. Zusammenfassung

Zusammenfassend sei man daher der Auffassung, dass ihr Kooperationspartner im Rahmen seiner redaktionellen Freiheit und Unabhängigkeit Tests erstellt und Produkte bewertet habe. Das Ergebnis möge dem Beschwerdeführer nicht gefallen. Man sehe in dem angegriffenen Test aber weder unwahre Tatsachenbehauptungen noch einen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht.

IV. Der Beschwerdeausschuss 1 hat auf seiner Sitzung vom 19.09.2024 die Beschwerde wegen noch notwendiger Sachverhaltsklärung nicht abschließend behandelt. Die Beschwerde wurde an den Beschwerdeausschuss 3 überwiesen, da ein möglicher Verstoß gegen Ziffer 7 vorliegt.

V. Mit Schreiben vom 05.11.2024 nimmt die Beschwerdegegnerin ergänzend Stellung.

Ergänzend halte man noch einmal fest, dass man keinen Verstoß gegen den Pressekodex, namentlich auch Ziffer 7 erkennen könne. Man achte stets auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Dies gelte auch für den vorliegenden Produktvergleich. Dieser sei klar von den redaktionellen Inhalten des Handelsblatts abgegrenzt.

Im Einzelnen:

1. Zunächst liege schon keine Veröffentlichung der Redaktion im Sinne der Richtlinie 7.1 vor. Bei den beanstandeten Seiten handele es sich um Seiten, die vom Kooperationspartner verantwortet werden. Dies belege bereits das Fremddruck. Es handele sich bei den Produktvergleichsseiten mithin um Veröffentlichungen des Kooperationspartners und nicht um Veröffentlichungen der Beschwerdegegnerin, für die der Kooperationspartner bezahle. Man werde dementsprechend lediglich als Kooperationspartner erwähnt. Insoweit komme es bei der Betrachtung der beanstandeten Seiten nicht auf die Trennung von redaktionellem

Deutscher Presserat Postfach 12 10 30 10599 Berlin

Fon: 030/367007-0 Fax: 030/367007-20 E-Mail: info@presserat.de www.presserat.de

Text und Werbung an. Die beanstandeten Seiten enthielten keinerlei redaktionellen Text der Beschwerdegegnerin.

2. Ungeachtet dessen erkenne der Leser auch am Layout, dass auf den beanstandeten Seiten kein redaktioneller Text zu finden sei. Bei der Abgrenzung eines redaktionellen Teils von Veröffentlichungen zu Werbezwecken auf gänzlich anderen Seiten komme es bekanntlich auf Kennzeichnung und/oder Gestaltung an. So sei insbesondere keine Kennzeichnung als „Anzeige“ erforderlich, wenn dies bereits aus der optischen Gestaltung einer Veröffentlichung hervorgehe (§ 8 Abs. 3 MStV und die vergleichbare Regelung für Printpublikationen in § 10 LPG NRW). Dies sei vorliegend der Fall:

a) Abweichendes Layout

Die Beschwerdegegnerin verweist auf die Gestaltung der Produktvergleichsseiten sowie redaktioneller Veröffentlichungen und kommt zu dem Schluss: Die Gegenüberstellung der jeweiligen Textbeiträge verdeutliche, dass Aufmachung, Einleitung und Format gänzlich unterschiedlich seien.

b) Menüleiste

Weiter sei zu berücksichtigen, dass die redaktionellen Beiträge über die entsprechenden Menüleisten aufrufbar seien. Hingegen komme man zu der Vergleichsportalseite nicht über die vorstehenden Reiter des ePapers oder der Browserversion, sondern lediglich über eine Auswahlfunktion im „Servicebereich“. Dort weise schon die Überschrift „Links“ auf Fremdinhalte hin. Rufe man den Link „Produktvergleich“ auf, erhalte man die oben bereits eingblendete Menüleiste mit dem Hinweis auf die Kooperation mit dem Kooperationspartner.

c) Weitere Hinweise

Wie bereits in ihrer Stellungnahme vom 28.08.2024 vorgetragen, erfolge auf der Produktvergleichsseite gleich eingangs der Hinweis „Verlagsangebot in Kooperation mit [Name Kooperationspartner]“. Weiter erfolge ein Hinweis auf Affiliate Partner.

Dass sodann keine redaktionellen Beiträge erfolgten, ergebe sich schließlich aus folgender Mitteilung: „Der ‚[Name Beschwerdegegnerin] Produktvergleich‘ ist Ihr persönlicher Helfer im Online-Shopping. Hier finden Sie eine große Auswahl an Kaufs-, Vergleichs- und Testleitfäden für Produkte, die von Branchenexperten und Fachleuten erstellt und durch maßgebliche Bewertungen unterstützt werden. Mit den Produktvergleichen finden Sie sofort das richtige Produkt.“ Für jeden Leser sei mit dem Hinweis auf „Branchenexperten“ und „Fachleute“ ersichtlich, dass hier nicht die Redaktion getestet habe.

Ergänzend verweise man dazu aber auch noch auf ihre Ausführungen in ihrer Stellungnahme vom 28.08.2024. Dort habe man schon darauf hingewiesen, dass bei den Tests selbst eine Distanzierung von redaktionellen Beiträgen erfolge, indem etwa auf die „Kooperation“ mit [Name Beschwerdegegnerin] oder die Zusammenarbeit mit dem „[Name Beschwerdegegnerin] Team“ hingewiesen werde. Dass es sich somit um Fremdbeiträge handelt, werde allein dadurch schon unmittelbar erkennbar.

d) Testumfang

Schließlich weise allein der Testumfang auf Fremdinhalte hin. Auf der Produktvergleichsseite werde darauf hingewiesen, dass mehr als 300 Produkte von wenigstens 10 Testern seit 2013 geprüft wurden. Gleichwohl finde man keinen dieser Tests im Redaktionsteil. Daneben wissen auch Leser, die nur selten zur Zeitung griffen, dass es sich dabei nicht um ein

Verbrauchermagazin handele. Dass eine Zeitungsredaktion z. B. allein im Bereich Technik/Computer für alle nachfolgenden Tests verantwortlich sein soll, sei fernliegend.

3. Zusammenfassend halte man daher fest, dass die Produktvergleichsseite bereits nicht über den redaktionellen Teil der Beschwerdegegnerin aufrufbar sei, sondern lediglich über einen gesonderten Bereich. Dort weise aber schon die Überschrift „Links“ darauf hin, dass man die Seite der Beschwerdegegnerin verlasse. Selbst wenn man – etwa über einen deep link – aber direkt auf die Produktvergleichsseite kommen sollte, zeigten die dargestellten Layout-Abweichungen und die kommunizierte Distanzierung der Autoren des jeweiligen Tests durch Hinweise auf „Kooperationen“, dass Fremdbeiträge vorliegen.

Man halte die Beschwerde demnach weiterhin für unbegründet.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den streitgegenständlichen Veröffentlichungen einen schweren Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur klaren Trennung von Werbung und Redaktion.

Die Beschwerdegegnerin hat gegenüber dem Presserat insbesondere vorgetragen, dass es sich vorliegend nicht um Artikel der Beschwerdegegnerin handele, sondern um bezahlte Veröffentlichungen; die Beschwerdegegnerin werde lediglich als Kooperationspartnerin genannt. Insofern sind die Veröffentlichungen gemäß Richtlinie 7.3 des Pressekodex als werbliche Sonderveröffentlichungen einzustufen. Vor diesem Hintergrund sind Verstöße gegen die journalistische Sorgfaltspflicht bezüglich der Inhalte grundsätzlich ausgeschlossen.

Richtlinie 7.3 legt zu werblichen Sonderveröffentlichungen fest, dass diese die in Richtlinie 7.1 aufgestellten Anforderungen erfüllen müssen. Demnach müssen die Veröffentlichungen durch Kennzeichnung oder Gestaltung für die Leserschaft als Werbung erkennbar sein.

Die Beschwerdegegnerin führt in diesem Zusammenhang insbesondere an, der Hinweis „Verlagsangebot in Kooperation mit [Name Webseite Kooperationspartner]“ über der Veröffentlichung, die Hinweise im einleitenden Text (z. B. „gemeinsam mit dem [Name Beschwerdegegnerin]-Team...“) sowie das verlinkte Impressum verdeutlichen den Charakter einer werblichen Kooperation.

Die Ausschussmitglieder folgen übereinstimmend dieser Argumentation nicht. Die Verweise auf die Beschwerdegegnerin legen vielmehr eine redaktionelle Sonderveröffentlichung nahe, für die gemäß Richtlinie 7.3 die redaktionelle Verantwortung inklusive der journalistischen Standards zur Sorgfalt vollumfänglich gelten würde.

Insofern für die Leserschaft nicht ausreichend deutlich wird, dass die Veröffentlichungen kein Teil des redaktionellen Angebots der Beschwerdegegnerin sind, ist davon auszugehen, dass auch der Hinweis auf Affiliate-Links als Hinweis der Beschwerdegegnerin aufgefasst wird. Es ist zudem fernliegend anzunehmen, dass das unter den – umfangreichen – Veröffentlichungen verlinkte Impressum von der Leserschaft zur Kenntnis genommen wird. Selbst wenn davon auszugehen wäre, erfolgt die Information aus dem Impressum zu spät. Die Leserschaft muss direkt bei Aufruf den werblichen Charakter der Veröffentlichung erkennen können, um mit solchem Wissen eine eigenverantwortliche Lese-Entscheidung treffen zu können. Weiter ist fraglich, ob die Nennung eines Unternehmens in einem Impressum auf der Homepage der Beschwerdegegnerin der Leserschaft hinreichend

verdeutlicht, dass die Verantwortlichkeit außerhalb des Verlages liegt. Vor diesem Hintergrund bewertet das Gremium auch die von der Beschwerdegegnerin geltend gemachten Unterschiede im Layout sowie in der Menüführung als nicht hinreichend.

Der Beschwerdeausschuss bewertet die streitgegenständlichen Veröffentlichungen daher als schweren Verstoß gegen das Gebot zur Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen gem. Ziffer 7, Richtlinie 7.3 i. V. m. Richtlinie 7.1 des Presssekodex.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde wegen eines Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Presssekodex für begründet. Presseethisch bewertet der Ausschuss den Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze als so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung eine öffentliche Rüge ausspricht. Die Redaktion wird gebeten, die Rüge gemäß Ziffer 16 Presssekodex zeitnah zu veröffentlichen.

Die Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde ergeht einstimmig, die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergeht mit 5 Ja-Stimmen bei 1 Enthaltung.

Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

Richtlinie 7.3 – Sonderveröffentlichungen

Redaktionelle Sonderveröffentlichungen unterliegen der gleichen redaktionellen Verantwortung wie alle redaktionellen Veröffentlichungen.

Werbliche Sonderveröffentlichungen müssen die Anforderungen der Richtlinie 7.1 beachten.

Richtlinie 7.1 – Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen

Bezahlte Veröffentlichungen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung für den Leser erkennbar sind. Die Abgrenzung vom redaktionellen Teil kann durch Kennzeichnung und/oder Gestaltung erfolgen. Im Übrigen gelten die werberechtlichen Regelungen.

Den Presssekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter

<https://www.presserat.de/presssekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>