

Deutlicher Verstoß gegen das Trennungsgebot

Computer-Zeitschrift macht nicht kenntlich gemachte Werbung

Eine Computer-Zeitschrift veröffentlicht einen Artikel, in dem über einen Test der Stiftung Warentest berichtet wird. Dabei geht es um FFP2-Masken. Der Testsieger ist „3M Aura 9320+“. Die Redaktion weist mehrmals deutlich auf die Bezugsquelle Amazon hin. Sie vermerkt, dass die Maske bei dem Anbieter günstig zu bekommen sei. Zudem wird auf Amazon verlinkt. Ein Leser der Zeitung sieht in der Veröffentlichung eine Werbung, die nicht als solche gekennzeichnet ist. Der Chefredakteur der Zeitschrift widerspricht der Beschwerde und teilt mit, dass es sich bei der Veröffentlichung nicht um Werbung, sondern um einen redaktionellen Artikel handele. In diesem werde ausführlich sachlich und korrekt über einen aktuellen FFP2-Test der Stiftung Warentest berichtet. Für den Leser würden die Testergebnisse eingeordnet und umfangreich bewertet. Ergänzend werde auf die Seite der Stiftung Warentest verlinkt, damit der Leser, der dies wünsche, sich ein vollständiges Bild über den der Berichterstattung zugrundeliegenden Test machen könne. Da der Preis für FFP2-Masken für den Konsumenten von hoher Relevanz sei und das Testsieger-Produkt auch am teuersten sei, habe die Redaktion auf dem Preisvergleichsportal Idealo nach günstigen und vorrätigen Angeboten recherchiert. Eine Kaufempfehlung sei grundsätzlich nicht zu beanstanden. Die Verlinkung auf Amazon sei mit dem Hinweis „Zum Angebot“ versehen. Eine Kaufaufforderung sei das nicht. Der Chefredakteur hält die Beschwerde für unbegründet.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung des Trennungsgrundsatzes nach Ziffer 7 des Pressekodex. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Für die Nutzer ist nicht erkennbar, welche Elemente des Beitrages redaktioneller und welche werblicher Natur sind. Die redaktionelle Berichterstattung ist nicht klar von den Affiliate-Links zu Amazon abgegrenzt, über die die Masken bestellt werden können. Die Links sind nicht entsprechend gekennzeichnet. Der Beitrag erfüllt nicht die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. In der mangelhaften Abgrenzung sieht der Beschwerdeausschuss einen deutlichen Verstoß gegen den Pressekodex.

Aktenzeichen:0239/21/3

Veröffentlicht am: 01.01.2021

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

Entscheidung: öffentliche Rüge