

Veröffentlichung ohne Zutun der Redaktion

Pressemitteilung eines Dritten wurde automatisiert ins Blatt gestellt

„Humanitäre Hilfe zu Ramadan in Zeiten der Pandemie: Islamic Relief Deutschland stellt die Verteilung von über 29.000 Lebensmittelpaketen sicher“. Zu dieser Veröffentlichung stellt eine Großstadtzeitung online den Hinweis „Unternehmensnachrichten präsentiert von PRESSEPORTAL“. An zwei Stellen ist der Hinweis „Anzeige“ zu lesen. Eine Leserin der Zeitung kritisiert, dass die Veröffentlichung nicht eindeutig als Werbung erkennbar ist. Bei Google News erscheine sie ganz oben. Es werde nicht deutlich genug darauf hingewiesen, dass es sich hier um eine bezahlte Anzeige handele. Vielmehr erscheine der Beitrag als redaktionelle Veröffentlichung. Auch beim Anklicken dränge sich der Werbecharakter nicht auf. Er werde erst bei genauem Hinsehen deutlich. Die Rechtsvertretung der Zeitung widerspricht der Beschwerdeführerin. Die Veröffentlichung sei unter der Rubrik „Advertorials“ gestaltet. Sie weise auf das Presseportal hin und sei eindeutig als Pressemitteilung eines Dritten erkennbar. Die Veröffentlichung sei automatisiert per dpa „Newsaktuell“ online gestellt worden, ohne dass es zu einer Prüfung durch die Redaktion gekommen sei. Die Veröffentlichung sei hinreichend als „Fremdcontent“ erkennbar.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Anzeige ist für den durchschnittlichen Leser nicht auf den ersten Blick als solche erkennbar. Die Veröffentlichung enthält diverse einzelne Hinweise auf den Werbecharakter. Keine davon ist jedoch – auch nicht im Zusammenspiel mit anderen - geeignet, die in Richtlinie 7.1 geforderte Erkennbarkeit zu gewährleisten.

Aktenzeichen:0469/20/3

Veröffentlicht am: 01.01.2020

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

Entscheidung: Missbilligung