presserat

Wie man „im Sale“ Geld sparen kann

Unabhängiger Journalismus mit Hilfe von Online-Shop-Provisionen

Diverse Rabattangebote bei Online-Käufen („Shopping-Welt“) sind Thema in der Online-Version einer Regionalzeitung. Beispiel: Unter der Überschrift „Black Friday Woche bei Reebok. So sparen Sie zusätzliche 25 Prozent auf die Produkte im Sale!“ berichtet die Zeitung über eine Aktion des Sportartikel-Herstellers. Sie teilt mit, dass sie von sich aus den Rabatt noch weiter um 25 Prozent erhöht, und weist auf ihren Gutschein-Code hin, der bei den Produkten im Text zu finden ist. „Also worauf warten Sie noch – in der Black Friday Woche heißt es: Schnell sein lohnt sich“. Unter dem Bericht findet sich diese Anmerkung: „Hinweis: der Redaktion: Dieser Artikel enthält Produkt-Empfehlungen. Bei der Auswahl der Produkte sind wir frei von der Einflussnahme Dritter. Für eine Vermittlung über unsere mit (*) gekennzeichneten Affiliate-Links erhalten wir bei getätigtem Kauf eine Provision vom betreffenden Online-Shop, mit deren Hilfe wir Ihnen weiterhin unseren unabhängigen Journalismus anbieten können.“ Ein Leser der Zeitung sieht in vielen vergleichbaren Beiträgen des Blattes eine Vermischung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Artikel seien mit Links zu Amazon und weiteren Anbietern versehen. Der Chefredakteur der Zeitung nimmt Stellung. Alle vom Beschwerdeführer monierten Beiträge seien bereits seit geraumer Zeit nicht mehr online verfügbar. Nach seiner Meinung liege ein Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten nicht vor. Die Grenze zur Schleichwerbung sei nicht überschritten worden. Im Interesse der Leser habe die Redaktion auch eine journalistische Endordnung vorgenommen. Mit einigen der ausgewählten Anbieter bestehe eine Provisionsabsprache. Das jedoch werde den Lesern offengelegt.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den streitgegenständlichen Veröffentlichungen keinen Verstoß gegen Ziffer 7 des Kodex. Die Beschwerde ist unbegründet. Durch die textliche und grafische Gestaltung wird die Art der jeweils ausreichend deutlich transparent gemacht. Den Lesern ist hinreichend bewusst, dass sie sich im Bereich „Shoppingwelt“ in einem stark servicegeprägten Sektor des redaktionellen Angebots befinden. Die Gefahr einer Verwechslung mit dem nachrichtlich-journalistischen Teil des Verlagsangebots ist nicht ersichtlich. Innerhalb dieses Servicebereichs wiederum sind Anzeigen hinreichend deutlich als solche gekennzeichnet. Soweit die Redaktion auf Rabattangebote in Kooperation mit der Zeitung hinweist, ist für die Leser auch hinreichend nachvollziehbar, dass damit ein Eigeninteresse des Verlages verbunden ist.

Aktenzeichen:1068/19/3
Veröffentlicht am: 01.01.2020
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet