presserat

Keine Werbung, sondern Information

Bericht über Websites, die in Australien gesperrt worden sind

Ein Online-Dienst veröffentlicht einen Artikel über Websites, die in Australien gesperrt worden sind. Fünf Links aus der Sperrliste werden beispielhaft aufgeführt. Einer davon führt zu einem kommerziellen Angebot. Ein Nutzer des Online-Auftritts sieht in dem angeführten Link einen Fall von Schleichwerbung. Mit dem redaktionellen Inhalt des Artikels habe der Link nichts zu tun, zumal er in der Sperrliste in der veröffentlichten Form nicht enthalten sei. Der Chefredakteur des Online-Dienstes teilt mit, dass die australische Sperrliste die kritisierte Adresse enthalte. Rufe man die betreffende Website aus Deutschland auf, werde die Adresse automatisch mit dem „/de“ versehen. Der Link sei in der Meldung in der ergänzten Form enthalten gewesen, weil er nach Verifikation der Aussage direkt aus dem Browser dorthin kopiert worden sei. Der Link diene erkennbar der Meinungsbildung der Leser. (2009)

Der Online-Dienst hat nicht gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) verstoßen; die Beschwerde ist unbegründet. Der Chefredakteur kann überzeugend vermitteln, dass die Sperrliste die kritisierte Adresse enthält und dass sie – kopiert man diese in den Browser hinein – automatisch um die Länderkennung „/de“ ergänzt wird. Unter diesem Gesichtspunkt handelt es sich bei dem veröffentlichten Link nicht um Schleichwerbung im Sinne der Richtlinie 7.2 des Pressekodex, sondern um eine korrekte Information der Leser über einen Teilinhalt der Sperrliste. (BK1-244/09)

Aktenzeichen:BK1-244/09
Veröffentlicht am: 01.01.2009
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: unbegründet