

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 0352/24/3-BA**

**Ergebnis:** Beschwerde begründet, Hinweis, Ziffer 7

**Datum des Beschlusses:** 12.06.2024

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Ein Magazin veröffentlicht online am 30.03.2024 einen Gastbeitrag unter dem Titel „Grüner Selbstverrat: Als nächstes fährt die Ampel die E-Autos an die Wand“. Der Autor zieht in der Veröffentlichung eine Zwischenbilanz bezüglich der im Koalitionsvertrag der Ampel formulierten Ziele im Bereich Elektromobilität. In die Veröffentlichung sind zwei Werbebanner für das journalistische Online-Angebot des Gastautors eingebunden.

II. Der Beschwerdeführer kritisiert die Einbindung der Werbebanner in den Beitrag. Bei diesem handele es sich nicht um einen Gastkommentar, sondern um ein Advertorial. Die Veröffentlichung hätte daher als Werbung gekennzeichnet werden müssen.

III. Der Beschwerdegegner hat innerhalb der gesetzten Frist keine Stellungnahme abgegeben.

**B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 Pressekodex geforderte klare Trennung von Redaktion und Werbung. Eine Mehrheit der Mitglieder des Gremiums ist der Auffassung, dass es notwendig gewesen wäre, die in dem Gastbeitrag enthaltenen Werbebanner für das journalistische Angebot des Autors gemäß Richtlinie 7.1 Pressekodex als Anzeigen zu kennzeichnen.

### **C. Ergebnis**

Aufgrund des Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Pressekodex erteilt der Beschwerdeausschuss der Redaktion gemäß § 12 Beschwerdeordnung einen Hinweis.

Die Entscheidungen über die Begründetheit der Beschwerde und die Wahl der Maßnahme ergehen jeweils mit 3 Ja- und 2 Nein-Stimmen..

#### 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 7.1 – 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 Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter <https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>