

Vorsitzendenentscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 1001/24/3-BA

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **19.03.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Magazin teasert am 30.10.2024 auf der Startseite seines Online-Angebotes diverse Veröffentlichungen an, unter anderem unter der Überschrift „Innovative Wärmepumpentechnologie: Effizienz und Nachhaltigkeit in einem System“ und „Deutscher Hörexperte verrät sein bestes Hörgerät für 2024“.

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, hier würden an mehreren Stellen journalistische Inhalte nicht klar von Werbung getrennt. Auf der Startseite seien Beispiele für „Pseudoartikel“ die Veröffentlichungen „Innovative Wärmepumpentechnologie“, „Deutscher Hörexperte verrät sein bestes Hörgerät für 2024“. Erst wenn dann die entsprechenden unterlegten Links angeklickt werden, komme ein sehr kleiner Hinweis, dass es sich um eine Anzeige handelt. Teilweise fehle aber selbst dies.

III. Die Head of Content Commerce trägt vor, die Beschwerde sei unbegründet. Alle Anzeigen auf ihrer Startseite seien ordnungsgemäß mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Speziell für die beiden vom Beschwerdeführer angemahnten Anzeigenveröffentlichungen „Wärmepumpe“ und „Hörgerät“ habe man dies noch einmal konkret überprüft. Anhand eines am Beschwerdetag (30.10.2024) automatisiert angefertigten Screenshots habe man nachvollziehen können, dass (auch) diese beiden Elemente korrekt gekennzeichnet waren. Man füge einen Gesamt-Ausdruck bei als Anlage 1 sowie die relevanten Ausschnitte als Anlage 2 und Anlage 3.

Die korrekte Darstellung ergebe sich sogar unmittelbar aus den ihnen übermittelten Unterlagen. Man gehe davon aus, dass die ersten vier Screenshot-Seiten (mit den roten Pfeilen) vom Beschwerdeführer stammten, während die darauffolgenden Screenshots vom Presserat selbst angefertigt wurden. In diesem Gesamtausdruck sei auf der dritten Seite die Anzeigenkennzeichnung zu sehen: Die Beschwerde hätte daher ohne Weiteres im

Vorverfahren erledigt werden können. Denn es sei mit Leichtigkeit feststellbar, dass die Anzeigenkennzeichnungen auf der Startseite vorhanden seien.

Man könne nicht mit Gewissheit sagen, was der Grund dafür sei, dass (anscheinend) im Browser des Beschwerdeführers die Kennzeichnung nicht angezeigt wurde. Die wahrscheinlichste Erklärung sei die Verwendung eines Skript- oder Werbeblockers. Es gebe bekanntlich eine Vielzahl unterschiedlicher Browser und von Zusatzprogrammen, die die Kommunikation mit dem Server, die Verarbeitung der vom Server bereitgestellten Daten, die Ausführung integrierter Programmcodes und die Bildschirmdarstellung beeinflussten. Über diese Vorgänge habe man keine Kontrolle. Das finde allein in der Sphäre des Nutzers statt. Man könne das Angebot nur auf die Normalkonfiguration der gängigen Browser ausrichten und sicherstellen, dass dort alle Kennzeichnungen vorhanden sind. Dies sei der Fall, wie die angehängten Screenshots und der oben eingeblendete Ausschnitt zeigten. Wenn der Nutzer andere oder zusätzliche Programme verwende, könnten diese bewirken, dass eine von ihrem Server vorgesehene Anzeigenkennzeichnung fälschlich nicht ausgespielt werde. Es sei weder möglich noch für sie zumutbar, dies vorherzusehen und zu kompensieren, zumal die Verwendung von Werbeblockern keine bestimmungsgemäße Nutzung ihres kostenfreien Informationsangebots sei.

Da in ihrem Bereich zu jeder Zeit die erforderlichen Kennzeichnungen vorhanden gewesen seien und im Normalfall auch korrekt angezeigt worden seien, könne die Beschwerde keinen Erfolg haben.

B. Erwägungen des stellvertretenden Vorsitzenden des Beschwerdeausschusses

Der stellvertretende Vorsitzende des Beschwerdeausschusses erkennt in den streitgegenständlichen Veröffentlichungen keinen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Die Beschwerdegegnerin konnte hinreichend nachweisen, dass sie eine den Anforderungen der Richtlinie 7.1 des Pressekodex entsprechende Anzeigen-Kennzeichnung vorgenommen hatte.

C. Ergebnis

Der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses 3 beurteilt die Beschwerde als unbegründet (§ 7 (2) BO). Publizistische Grundsätze werden nicht verletzt.

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>