

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 1132/24/3-BA

Beschwerdeführer:

Beschwerdegegner:

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

Datum des Beschlusses: **19.03.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Die Webseite einer Zeitung zeigt am 26.11.2024 in der Mobil-Version eine Kachel mit dem Titel „So sehen Sie heute das Spiel im TV!“ und den Vereinswappen von Shakhtar Donetsk und FC Bayern München. Die Kachel verlinkt auf einen Beitrag unter der Überschrift „Champions League Spiel heute live ansehen!“, der Dachzeile „Shakhtar Donetsk vs. FC Bayern München live bei [Name Livestreamanbieter]“ und der Unterzeile „Mit [Name Zeitung] und [Name Livestreamanbieter] für nur 8,99 € im Monat“. Darin heißt es, von den Play-Offs bis hin zum Halbfinale übertrage der Livestreamanbieter jedes Topspiel am Dienstagabend. Die Spannung sei garantiert: „Sie sind live dabei, wenn unsere deutschen Teams auf die besten Fußballklubs Europas treffen. [...] Und das Beste: Mit [Name Zeitung] können Sie richtig sparen! Holen Sie sich jetzt [Name eines Abos der Zeitung] und [Name Livestreamanbieter] zusammen für nur 8,99 € pro Monat – statt regulär 16,98 €! Sichern Sie sich das ultimative Fußball-Erlebnis zum unschlagbaren Preis!“

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, dies sei reine Werbung für ein Abo ohne Hinweis. Kein journalistischer Inhalt. Kein Hinweis darauf, dass nur das eigene Premium-Angebot verkauft werden solle.

III. Die Rechtsabteilung trägt vor, entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers verstoße die o. g. Berichterstattung nicht gegen Ziffer 7 Pressekodex (Trennung von Werbung und Redaktion).

Der Beschwerdeführer begründe seine Beschwerde damit, dass es sich bei der o. g. Berichterstattung um „Werbung pur“ ohne journalistischen Inhalt handele, und dass ein Hinweis unterblieben sei, der den Beitrag als „Anzeige“ kennzeichnet.

Indes: Das Trennungsgebot sei vorliegend hinreichend beachtet worden. Die Redaktion teile dazu mit:

Der Artikel liefert, was der Banner verspricht: „So sehen Sie heute das Spiel im TV“. Wir berichten auch an anderer Stelle redaktionell darüber, wo Sport-Highlights von unseren Lesern gesehen werden können. Da ein Großteil der deutschen Haushalte Zugang zu [Name Streamingdienst] hat, gibt es in diesem Fall auch ein nachvollziehbares Informationsinteresse unserer Leser.

Entscheidend aus unserer Sicht: Dem Leser wird aber direkt erkenntlich (Visual in unserer [Name Bezahltdienst der Beschwerdegegnerin] Cl, textliche Bezeichnung als Angebot von [Name Bezahltdienst der Beschwerdegegnerin] etc.), dass es sich um ein Angebot von uns handelt, das unseren eigenen Interessen dient und direkt bei uns gekauft wird (am Ende des Artikels steht sogar: Eine Buchung des Angebots über [Name Streamingdienst] ist nicht möglich). Es handelt sich nicht um eine bezahlte Veröffentlichung oder Anzeige von [Name Streamingdienst].

Mit anderen Worten: Entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers stelle der Artikel sich bereits nicht als Werbung dar. Der Beitrag habe **überwiegend redaktionellen Charakter**, da er – ähnlich einem Programmhinweis auf der TV-Programm-Seite – das **Informationsziel** verfolgt habe, die Leserschaft darüber in Kenntnis zu setzen, auf welchen Kanälen das in Rede stehende Fußballspiel habe verfolgt werden können (Hervorhebungen durch Verf.). Da mithin redaktioneller Inhalt vorliege (und nicht etwa bezahlte Werbung Dritter), verbiete sich per se eine Kennzeichnung als „Anzeige“.

Nach alledem sei festzuhalten: Ein Verstoß gegen die Presseethik liege nicht vor, die Beschwerde sei unbegründet.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung mit dem Titel „So sehen Sie heute das Spiel im TV!“ einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Die redaktionelle Berichterstattung stellt der Leserschaft ein Abo-Modell für Fußballspiele im TV vor, das vom Verlag in Kooperation mit einem Livestream-Anbieter angeboten wird. Die Veröffentlichung betrifft damit eindeutig ein Eigeninteresse des Verlages. Dieses Eigeninteresse muss gemäß Ziffer 7 des Pressekodex für die Leserschaft erkennbar sein.

Zwar wird das Eigeninteresse des Verlages bei Aufrufen des Beitrages unter der Überschrift „Champions League Spiel heute live ansehen!“ hinreichend deutlich. Die Ausschussmitglieder sind jedoch übereinstimmend der Auffassung, dass ein solches Eigeninteresse bereits aus dem Hinweis auf die Berichterstattung – vorliegend der Kachel mit dem Titel „So sehen Sie heute das Spiel im TV!“ – und somit vor Aufrufen des eigentlichen Beitrages hätte hervorgehen müssen.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß gegen die Ziffer 7 des Pressekodex für so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung die Maßnahme der Missbilligung wählt. Nach § 15 Beschwerdeordnung besteht zwar keine Pflicht, Missbilligungen in den betroffenen Publikationsorganen abzudrucken. Als Ausdruck fairer Berichterstattung empfiehlt der Beschwerdeausschuss jedoch eine solche redaktionelle Entscheidung.

Die Entscheidungen über die Begründetheit der Beschwerde und über die Wahl der Maßnahme ergehen jeweils einstimmig.

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.

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