Entscheidung

des Beschwerdeausschusses 3

in der Beschwerdesache 0046/25/3-BA

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **19.03.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Der Online-Auftritt einer Zeitung veröffentlicht am 22.01.2025 in einer Kachel-Vorschau unter anderem eine Kachel, die ein Veranstaltungsplakat für einen Auftritt von FDP-Spitzenkandidat Christian Lindner am 23.01.2025 in der Region zeigt. Die Kachel verlinkt auf eine Veröffentlichung, die oben erneut das Veranstaltungsplakat zeigt. Darunter heißt es: „[Name der Zeitung] [Anzeige] @christianlindner kommt nach [Ortsangabe]“. Es folgt eine Auflistung anwesender regionaler FDP-Kandidaten sowie Angabe von Veranstaltungsort und -zeit.

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, auch wenn es klein als Anzeige gelabelt sei, erscheine diese Wahlwerbung inmitten des journalistischen Contents ohne jede Einordnung. Die Praxis solcher Anzeigen sei ihm von diesem Account auch ansonsten nicht bekannt. Es erscheine ihm doch sehr fragwürdig für ein journalistisches Angebot, so vorzugehen und so kurz vor der Bundestagswahl Wahlwerbung dieser Art zu schalten.

III. Der für die Social-Media-Kanäle verantwortliche Chefredakteur trägt vor, die genannte FPD-Anzeige sei im Vorfeld eines Auftritts von Christian Lindner in der betreffenden Stadt auf dem Instagram-Kanal zweier Zeitungen geschaltet worden. Es stehe auch im Wahlkampf jeder demokratischen Partei frei, in welchem Umfang sie Anzeigen schaltet. Man prüfe selbstredend, ob der Inhalt keinerlei Rechte, etc., verletzt oder gegen Gesetze verstößt.

Der Post sei auch als „Anzeige“ gekennzeichnet gewesen, es liege demnach eine – im Rahmen der Besonderheiten von Social-Media-Werbung eindeutige – Trennung zwischen redaktionellem Content und Anzeigen vor. Auch dem Beschwerdeführer sei der Vermerk „Anzeige“ ja aufgefallen. Man nehme die Beschwerde aber zum Anlass, Anzeigen in Social-Media-Werbung im Hinblick auf das Trennungsgebot künftig deutlicher aufzubereiten.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung der streitgegenständlichen Social-Media-Kachel keinen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Bereits aus dem Inhalt der Kachel wird deutlich, dass vorliegend Informationen zu einer FDP-Veranstaltung mit deren Spitzenkandidaten gegeben werden. Genau dies ist auch Inhalt der hinter der Kachel liegenden Webseite. Direkt bei Aufrufen der Kachel erhält die Leserschaft die Information, dass es sich dabei um eine Anzeige handelt. Im gegebenen Kontext bewertet der Beschwerdeausschuss die Erkennbarkeit der Werbung für die Leserschaft gemäß Richtlinie 7.1 des Pressekodex als ausreichend.

C. Ergebnis

Insgesamt liegt damit kein Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats vor, so dass der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet erklärt.

Die Entscheidung ergeht mit 5 Ja-Stimmen bei 1 Enthaltung.

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