



Entscheidung

des Beschwerdeausschusses 3

in der Beschwerdesache 0706/25/3-BA

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

Datum des Beschlusses: **10.12.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Magazin veröffentlicht auf einer Doppelseite mit der Überschrift „Ocean State of Mind“ einen in werblicher Sprache gehaltenen Bericht über einen Tag auf dem genannten Kreuzfahrtschiff. Unter dem Text sind das Firmenlogo und ein QR-Code abgebildet und es wird die Homepage des Anbieters genannt. Auf einer weiteren Doppelseite mit dem Titel „Savoir-Vivre par excellence“ wird die Reise auf einem genannten Flusskreuzfahrtschiff positiv vorgestellt. Unter dem Artikel finden sich die Homepage sowie eine Telefonnummer des Anbieters. Auf den rechten Seiten der Doppelseiten nahe der Falzung steht jeweils der Vermerk „Advertorial“.

II. Der Beschwerdeführer trägt insbesondere vor, ein redaktioneller Beitrag über Kreuzfahrten im Allgemeinen (ab Seite 170) gehe in den gleichartigen gestalteten Werbebericht „Ocean State of Mind“ über, der nur über die genannte Firma berichte und mit deren Firmenlogo gekennzeichnet sei. Die Doppelseite sei nicht als Werbung gekennzeichnet. Ebenso sei es auf der Doppelseite über Flusskreuzfahrten, die sich an einen redaktionellen Beitrag über Flusskreuzfahrten anschließe.

III. Die Geschäftsführerin trägt vor, Advertorials würden bei ihnen durch den Hinweis „Anzeige“ bzw. „Advertorial“ gekennzeichnet. Auch in den konkret genannten Fällen sei die Kennzeichnung im Falz vorhanden. Darüber hinaus enthielten ihre Anzeigen-Advertorials stets zusätzliche Elemente, die auf den werblichen Charakter hinwiesen – etwa einen

Infokisten mit Logo, begleitendem Text zum werbenden Unternehmen sowie einem QR-Code zu weiterführenden Information.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den streitgegenständlichen Veröffentlichungen einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Richtlinie 7.1 des Pressekodex besagt, dass bezahlte Veröffentlichungen für die Leserschaft erkennbar sein müssen. Nach ständiger Spruchpraxis des Presserates ist der Begriff „Advertiser“ zur hinreichenden Abgrenzung eines Anzeigenplatzes vom redaktionellen Teil unzureichend. Kennzeichnungen müssen vielmehr eindeutig sein, zum Beispiel durch Verwendung von „Anzeige“ oder „Werbung“. Zudem genügt auch eine Platzierung der Kennzeichnung im Falz, entgegen der Ausrichtung des Heftes, den Anforderungen von Richtlinie 7.1 nicht.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß gegen die Ziffer 7 des Pressekodex für so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung eine Missbilligung ausspricht. 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. Verlage und Redaktionen 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 Leserinnen und 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>