



presserat

Vorsitzendenentscheidung

des Beschwerdeausschusses 3

in der Beschwerdesache 0962/25/3-BA

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

Datum des Beschlusses: **10.12.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht online am 15.09.2025 einen Beitrag unter der Überschrift „Klimafreundlich heizen mit Sicherheit: Die neue aroTHERM plus im Überblick“. In der Veröffentlichung wird eine neue Wärmepumpe vorgestellt. Am Ende des Beitrages wird ein Link zur Anforderung einer Beratung und eines Angebots veröffentlicht.

II. Nach Ansicht des Beschwerdeführers handelt es sich bei dem Beitrag um nicht als solche gekennzeichnete Werbung.

III. Die Rechtsabteilung räumt ein, dass die Kennzeichnung der Veröffentlichung als Werbung bei der Produktion im Content-Management-System versehentlich unterblieben sei. Grund sei menschliches Versehen ohne Täuschungsabsicht. Nach Kenntnis sei der Beitrag unverzüglich korrigiert und klar als Anzeige gekennzeichnet worden. Zur Vermeidung von Wiederholungen haben man zudem Prozesse nachgeschärft und eine zusätzliche Prüfung vor Veröffentlichung und stichprobenartige Nachkontrollen eingeführt. Man sehe damit eine ausreichende Wiedergutmachung im Sinne des § 6 Abs. 4 der Beschwerdeordnung als erfüllt und bitte, das Verfahren ohne Maßnahme zu beenden.

B. Erwägungen des Vorsitzenden des Beschwerdeausschusses

Der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Wie die Beschwerdegegnerin in ihrer Stellungnahme mitteilte, handelt es sich bei der Veröffentlichung um eine Anzeige, die nicht als solche gekennzeichnet ist. Ein entsprechender Hinweis wäre im Hinblick auf eine klare Erkennbarkeit als Werbung jedoch notwendig gewesen.

C. Ergebnis

Aufgrund des Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Pressekodex erteilt der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses der Redaktion gemäß § 7 Abs. 2 Beschwerdeordnung einen Hinweis. Dabei berücksichtigte er, dass die fehlende Kennzeichnung offenbar auf ein Versehen zurückzuführen ist.

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>