

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 0980/25/3-BA**

**Beschwerdeführung:**

**Beschwerdegegner:**

**Ergebnis:** **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

**Datum des Beschlusses:** **10.12.2025**

**Mitwirkende Mitglieder:**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Wochenzeitung veröffentlicht am 24.09.2025 bei Facebook einen Beitrag mit dem Titel „Wen würden Sie wählen, wenn am Sonntag Bundestagswahl wäre?“ Der Umfrage ist per Link die Möglichkeit beigelegt, ein vierwöchiges Probeabo abzuschließen. Die Veröffentlichung ist mit dem Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet.

II. Nach Angabe des Beschwerdeführers können die Leser ihre Stimme bei der Umfrage nur abgeben, wenn sie ein Probeabo abschließen. Dies sei eine Verquickung von Eigenwerbung und Redaktion. Der Beitrag sei nur unzureichend als Werbung gekennzeichnet.

III. Die Rechtsvertretung der Beschwerdegegnerin teilt mit, dass die Veröffentlichung in der Oberzeile das Wort „Anzeige“ enthalte. Über der Umfrage stehe

„An der Umfrage teilnehmen und 4x kostenlos die [Name der Zeitung] sichern“.

Damit sei schon durch die Oberzeile klar, dass es um Werbung für ein Abonnement der Zeitung geht. Weitere Anforderungen bestünden hier nicht. Insbesondere sei die Anforderung des Beschwerdeführers, Werbung dürfe keine genuin-redaktionellen Inhalte haben, falsch. Dies würde dem Artikel 5 des Grundgesetzes widersprechen, der auch für Werbeaussagen gelte.

Zusammengefasst lasse sich sagen, dass die Anforderung an die gesetzlichen Vorschriften durch die Kennzeichnung mit dem Wort „Anzeige“ erfüllt sei. Der Pressekodex verweise ausdrücklich auf die gesetzlichen Anforderungen und stelle keine darüberhinausgehenden Bedingungen auf. Dementsprechend sei die Beschwerde unbegründet.

### **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebenen klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Mitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass die Veröffentlichung für die User durch den Hinweis „Anzeige“ oben links klar als Werbung zu erkennen ist. Die Anforderungen der Richtlinie 7.1 des Pressekodex sind daher in vollem Umfang erfüllt. Die Gestaltung und den Inhalt der Anzeige bewertet der Ausschuss nicht, da es sich dabei nicht um ein journalistisch-redaktionelles Produkt handelt.

### **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 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>

Deutscher Presserat Postfach 12 10 30 10599 Berlin

Fon: 030/367007-0 Fax: 030/367007-20 E-Mail: [info@pessengerat.de](mailto:info@pessengerat.de) [www.presserat.de](http://www.presserat.de)

