

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 1124/25/3-BA

Beschwerdeführung:

Beschwerdegegner:

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **18.03.2026**

Mitwirkende Mitglieder:

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Tageszeitung veröffentlicht in der Printausgabe vom 11.11.2025 einen Artikel unter dem Titel „Schule als Sprungbrett“. Der Beitrag informiert über schwedische Gymnasien, bei denen seit 2011 „Unternehmertum“ offiziell auf dem Lehrplan steht. Unter diesem redaktionellen Beitrag ist eine Anzeige für eine Akrobatikshow veröffentlicht. Aus dem Anzeigenblock heraus und in den redaktionellen Artikel hinein ragt das Foto eines Artisten der Veranstaltung. Sowohl der Anzeigenblock als auch das Artistenfoto sind mit dem Hinweis ‚Anzeige‘ gekennzeichnet.

II. Der Beschwerdeführer sieht die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte klare Trennung von Redaktion und Anzeige durch das Werbeformat aufgehoben. Die abgebildete Person habe seinen Lesefluss und damit die Informationsaufnahme aus dem Beitrag gestört und ihn zu der Werbung geführt.

III. Die Chefredaktion sieht keine Verletzung des Trennungsgrundsatzes. Die Flex-Form-Anzeige sei eindeutig an drei Stellen als „Anzeige“ gekennzeichnet. Eine Einflussnahme der Werbung auf den redaktionellen Text finde nicht statt. Zwischen dem Inhalt des Artikels und der Anzeige bestehe auch kein Zusammenhang. Eine Vermischung von redaktionellem Inhalt und Werbung liege somit nicht vor.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der räumlichen Konstellation von Anzeige und redaktionellem Beitrag keine Verletzung des Trennungsgrundsatzes nach Ziffer 7 des Pressekodex. Die Mitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass die Werbung durch ihr Layout und den dreifachen Hinweis ‚Anzeige‘ klar als solche zu erkennen ist. Dass die Anzeige teilweise in den redaktionellen Beitrag hineinragt, ist presseethisch nicht zu beanstanden, da die gegebene klare Trennung von Redaktion und Werbung dadurch nicht aufgehoben wird.

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>