

Vorsitzendenentscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 1239/25/3-BA

Beschwerdeführung:

Beschwerdegegner: AUTO MOTOR UND SPORT Online

Ergebnis: Beschwerde unbegründet, Ziffer 7

Datum des Beschlusses: 18.03.2026

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Eine Webseite veröffentlicht am 13.11.2025 mit dem Titel „Warum Hybride besonderen Sprit brauchen“ einen Beitrag über die Bedeutung der Kraftstoffqualität für Hybridautos. Der Verbrennungsmotor im Hybrid starte und stoppe im laufenden Betrieb bis zu zehnmal häufiger als bei klassischen Verbrennern. Das belaste den Motor und mache die Kraftstoffqualität relevanter denn je. Unter dem Zwischentitel „Was der Kraftstoff bewirken kann“ heißt es: „[Name Mineralölkonzern] setzt auf eine Anti-Schmutz-Formel, die kritische Motorteile reinigt und Neuablagerungen entgegenwirkt – für ruhigeren Lauf und höhere Effizienz.“ Die meisten in Deutschland verkauften Kraftstoffe teilten sich eine normierte Basis; Additive machten den Unterschied. Der genannte Anbieter rüste alle Kraftstoffe mit der Anti-Schmutz-Formel aus, die Premiumsorten [Produktname] und [Produktname] besäßen zusätzlich eine eigene Grundrezeptur. Die Veröffentlichung ist rechtsbündig oben mit dem Wort „Anzeige“ versehen.

II. Der Beschwerdeführer sieht einen Verstoß gegen die Regel von der Trennung zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung.

III. Ein Mitglied der Redaktion trägt insbesondere vor, der fragliche Artikel sei eindeutig als Anzeige gekennzeichnet worden, das sei auch auf dem Screenshot des Beschwerdeführers erkennbar. Die Beschwerde sei somit unbegründet.

B. Erwägungen des Vorsitzenden des Beschwerdeausschusses

Der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses erkennt in der Veröffentlichung mit dem Titel „Warum Hybride besonderen Sprit brauchen“ keinen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Der Vorsitzende stimmt der Beschwerdegegnerin darin zu, dass die Veröffentlichung durch die Kennzeichnung als „Anzeige“ hinreichend als Werbung kenntlich gemacht wurde. Eine solche Kennzeichnung entspricht nach der ständigen Spruchpraxis des Presserates den Anforderungen gemäß Richtlinie 7.1 des Pressekodex.

C. Ergebnis

Der Vorsitzende des Beschwerdeausschusses 3 beurteilt die Beschwerde als unbegründet (§ 7 (2) BO). Publizistische Grundsätze werden nicht verletzt.

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>