

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 1275/25/3-BA**

**Ergebnis:** **Beschwerde begründet, öffentliche Rüge,  
Ziffer 7**

**Datum des Beschlusses:** **17.06.2026**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Eine Webseite veröffentlicht am 18.12.2025 auf der Startseite eine Kachel mit dem Titel „Deutschland deckt sich mit diesem Licht-Gadget ein“. Diese verlinkt auf einen Artikel mit der Dachzeile „Für Sie recherchiert“ und der Überschrift „Das sind heute die besten Schnäppchen“. Darin heißt es, es gebe Produkte, die wisse man erst zu schätzen, wenn man sie hat. Diese Leselampe könnte so eines sein. Um den Nacken gehängt, bringen kleine LEDs das Licht direkt dorthin, wo man es brauche – etwa auf ein Buch (endlich ohne den Partner zu stören!), die Stricknadeln oder Reparaturen. Aktuell wandere die Lampe besonders oft in den Warenkorb, denn der Preis stimme: Günstiger habe es das Produkt seit September nicht mehr bei der genannten Shoppingplattform gegeben. Woanders sei es klar teurer. Beigestellt ist ein Link zur Shoppingplattform.

Der Beschwerdeführer trägt insbesondere vor, der Teaser „Deutschland deckt sich mit diesem Licht-Gadget ein“ sei sehr weit oben auf der Hauptseite eingebracht und nicht als Anzeige oder Werbung gekennzeichnet. Er suggeriere eine Nachricht. Tatsächlich leitet die Grafik auf den Artikel „Das sind heute die besten Schnäppchen“. Diese Seite sei ausgefüllt mit sog. Affiliate-Links zu Angeboten einer Shoppingplattform. Es sei erkennbar, dass hier ein KI-Bot lediglich den Preisverlauf der ausschließlich bei der Shoppingplattform angebotenen Leselampe sowie deren Produktmerkmale zusammengefasst habe. Der

vorgebliche Aufmacher „Deutschland deckt sich mit diesem Licht-Gadget ein“ habe ausschließlich zum Ziel, Leser zum Kauf der beworbenen Artikel zu bewegen.

III. Die Justiziarin trägt insbesondere sinngemäß vor, der beanstandete Artikel sei ein Beitrag des Kaufberaters innerhalb der Rubrik „[Name Medium] prüft Deals“, der über die Startseite mit der Überschrift „Deutschland deckt sich mit diesem Licht-Gadget ein“ angeteasert worden sei. Dies lasse für Nutzer klar erkennen, dass es sich um ein Service- und Empfehlungsformat handle und nicht um eine nachrichtliche Meldung. Die Rubrik diene ausdrücklich der Orientierung im Online-Handel, indem sie Angebote vergleiche, Preisentwicklungen einordne und Kaufempfehlungen nachvollziehbar mache. Damit werde weder der Eindruck investigativer Berichterstattung noch der einer aktuellen Nachricht erweckt.

Es liege keine Verletzung von Ziffer 7 des Pressekodex vor. Der kommerzielle Kontext von Affiliate-Links werde durch einen deutlichen Disclaimer offengelegt, und die Links seien klar von redaktionellen Inhalten getrennt. Auch sei anerkannt, dass solche Refinanzierungsmodelle keine Kennzeichnung als Anzeige erforderten und das redaktionelle Umfeld nicht in unzulässiger Weise beeinflussten.

Abschließend sei festzuhalten: Der Beitrag sei eindeutig als redaktionelles Serviceformat erkennbar, halte die publizistische Zuspitzung in zulässigem Rahmen und verstoße nicht gegen den Pressekodex.

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

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung mit dem Titel „Deutschland deckt sich mit diesem Licht-Gadget ein“ und der Überschrift „Das sind heute die besten Schnäppchen“ einen schweren Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Bereits der Titel der Kachel auf der Startseite enthält eine werbliche Aussage, die die Grenze zur Schleichwerbung deutlich überschreitet. Gleiches gilt für den verlinkten Artikel („Es gibt Produkte, die weiß man erst zu schätzen, wenn man sie hat. Diese Leselampe könnte so eines sein“). Dabei wird das positiv beschriebene Produkt aus der Menge der am Markt erhältlichen Produkte hervorgehoben, ohne dass die Redaktion der Leserschaft die Auswahl begründet. Auch ist kein Alleinstellungsmerkmal des konkreten Produkts ersichtlich, das eine solche Hervorhebung begründen könnte. Die Ausschussmitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass damit die Grenze zur Schleichwerbung gemäß Richtlinie 7.2 des Pressekodex deutlich überschritten wurde.

### **C. Ergebnis**

Der Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde wegen eines Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Pressekodex für begründet. Presseethisch bewertet der Ausschuss den Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze als so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung eine öffentliche Rüge ausspricht. Die Redaktion wird gebeten, die Rüge gemäß Ziffer 16 Pressekodex zeitnah zu veröffentlichen.

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 7.2 – Schleichwerbung

Redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, dürfen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Eine Überschreitung liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leserinnen und Leser hinausgeht oder von dritter Seite bezahlt bzw. durch geldwerte Vorteile belohnt wird.

Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter  
<https://www.presserat.de/pressekodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>