

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 3
in der Beschwerdesache 0089/26/3-BA

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 7**

Datum des Beschlusses: **17.06.2026**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Anzeigenblatt veröffentlicht am 28.01. bzw. 25.02.2026 zwei Anzeigen der AfD mit dem Titel „Hammer des Monats“. Die erste Anzeige enthält Kritik an der Entscheidung eines Stadtrates für die Sanierung eines öffentlichen Gebäudes. Die zweite Anzeige hebt hervor, dass AfD und SPD in einer lokalpolitischen Angelegenheit gleich abgestimmt haben.

II. Nach Ansicht der Beschwerdeführer sind die Anzeigen nicht klar als solche erkennbar. Es entstehe der Eindruck, als handele es sich um redaktionelle Beiträge.

III. Die Verlagsleiterin betont in ihrer Stellungnahme, dass die Anzeigen klar als solche erkennbar seien. Auf Grund der Gestaltung (Logo und Aufmachung), könnten die Leserinnen und Leser dies genau erkennen. Die Anzeigen stünden klar abgegrenzt zur normalen redaktionellen Berichterstattung.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den beiden Anzeigen keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex festgehaltenen Pflicht zur klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Mehrheit der Mitglieder ist der Auffassung, dass die Anzeigen aufgrund ihres Layouts für

die Leser klar als Werbung im Sinne der Richtlinie 7.1 des Pressekodex zu erkennen sind. Eine Verwechslungsgefahr mit redaktionellen Veröffentlichungen besteht nicht.

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 mit 6 Ja-Stimmen und 1 Nein-Stimme.

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>