

## Mobile Anzeigen-Kennzeichnung fehlt

### Trennungsgebot von redaktionellen und werblichen Inhalten missachtet

„Berufsunfallversicherung: Worauf kann man bei der Wahl vertrauen?“ – unter dieser Überschrift kritisiert eine Lokalzeitung online die Rolle unabhängiger Prüfinstitute, insbesondere der Stiftung Warentest. Um sicher zu gehen, helfe nur eine persönliche Recherche zu den wichtigsten Kriterien für gute Berufsunfähigkeitsversicherungen. Im letzten Absatz wird die Versicherung eines namentlich genannten Unternehmens positiv herausgestellt und beschrieben. Der Beitrag ist mit dem Begriff „Anzeige“ gekennzeichnet. Das gleiche ist beim Beitrag auf der Homepage der Fall. Ein Nutzer des Online-Auftritts der Zeitung hält den Anzeigen-Hinweis, der am PC angezeigt wird, für zu klein und wenig auffallend. Bei mobilem Aufruf fehle er ganz. Der Redaktionsleiter hat die Beschwerde „mit Verwunderung“ zur Kenntnis genommen. Man sehe in dem monierten Beitrag keinen Verstoß gegen den Pressekodex, da die Veröffentlichung deutlich als „Anzeige“ gekennzeichnet sei.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex geforderte Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Das Gremium stellt nach eigener Recherche fest, dass die als „Accelerated Mobile Page“ aufgespielte Version der Seite keine Anzeigenkennzeichnung enthält. Damit liegt ein Verstoß gegen Ziffer 7 vor. Der Ausschuss hält der Zeitung zugute, dass der Verstoß ganz offensichtlich auf einem Versehen der Redaktion beruht. Alle weiteren Versionen, die mit dem Wort „Anzeige“ über dem Titel gekennzeichnet sind, entsprechen den Anforderungen der Richtlinie 7.1 und sind nicht zu beanstanden.

**Aktenzeichen:**0312/18/2

**Veröffentlicht am:** 01.01.2018

**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7);

**Entscheidung:** Hinweis