

## „Inhaltlich nutzwertige Beiträge“

### Nachrichtenmagazin macht redaktionell Werbung für Camping-Plätze

Ein Nachrichtenmagazin veröffentlicht online im Ressort „Reisen“ einen umfangreichen Sonderteil zum Thema Camping. Nach Bundesländern getrennt, werden die nach Ansicht der Redaktion schönsten Camping-Plätze aufgeführt. An das Ende jeder Beschreibung hat die Redaktion unter dem Punkt „Preise und Info“ eine Verlinkung gesetzt, mit der auf die jeweilige Campingplatzseite eines namentlich genannten Anbieters hingewiesen wird. Ein anonymisierter Beschwerdeführer vertritt die Meinung, dass hier gegen die Ziffer 7 des Pressekodex (Strikte Trennung von Redaktion und Werbung) verstoßen worden sei. Offensichtlich seien die Beiträge unter dem gemeinsamen Titel unter dem Oberbegriff „Special Camping“ veröffentlichten Beiträge allesamt keine redaktionellen Inhalte, sondern vielmehr Anzeigen. Das Magazin habe aber nur Teile der verschiedenen Artikel in dieser Rubrik als Anzeigen gekennzeichnet. Der Rechtsvertreter der Zeitschrift betont, mit ihrer Berichterstattung verfolge die Redaktion keinerlei kommerzielle Interessen. Weder war noch ist die Listung der Campingplätze – so der Anwalt - in irgendeiner Weise durch Dritte bezahlt oder sonst beeinflusst. Die Links in diesem Camping-Reiseteil seien ausschließlich im Informationsinteresse der Nutzer gesetzt worden. Die Inhalte, um die es gehe, seien keine klassischen Anzeigen, sondern inhaltlich nutzwertige Beiträge, bei denen der Sachbezug und der Informationsgehalt gegenüber einer werblichen Komponente stark überwiege.

Der Beschwerdeausschuss erkennt einen Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht eine Missbilligung aus. Das Gremium verweist im Hinblick auf die Anzeigen-Kennzeichnungen des Magazins durch das Wort „Gesponsert“ auf die ständige Spruchpraxis des Presserats. Danach ist „Gesponsert“ keine ausreichende Kennzeichnung im Gegensatz zu den Hinweisen „Werbung“ oder „Anzeige“. Eine Schleichwerbung für den namentlich genannten Anbieter liegt nicht vor. Die Nennung liegt in einem hinreichenden öffentlichen Interesse.

**Aktenzeichen:**0802/20/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2020

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

**Entscheidung:** Missbilligung