

## Bachblüten im Zentrum einer Beschwerde

### Internet-Portal: Beitrag redaktionell ohne Einflussnahme verfasst

Ein Internetportal, dessen Schwerpunkt Antworten auf Fragen rund um Mutter und Kind bilden, veröffentlicht einen Beitrag über eine Bachblütentherapie für Kinder. Oben rechts auf der betreffenden Seite steht der Hinweis „präsentiert von der DHU“. Unter der Überschrift „Weitere Informationen“ wird auf ein Buch mit dem Titel „Bach-Blüten für Kinder“ hingewiesen. Der Buchautorin und ihrem Verlag dankt das Internet-Portal für „diese Informationen“. Auch wird ein Bestell-Link zu dem Buch angegeben. Ein Nutzer des Internet-Auftritts vermutet in der Veröffentlichung eine nicht ausreichend gekennzeichnete Werbung und damit einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von Werbung und Redaktion bzw. Schleichwerbung). Die Geschäftsführung des Internet-Portals bezeichnet die kritisierte Veröffentlichung als redaktionellen Beitrag. „Präsentiert von“ bedeute, dass das gesamte „Spezial Homöopathie“ von dem Unternehmen DHU gesponsert worden sei. Dies sei ohne jegliche redaktionelle Einflussnahme geschehen. Beim Informationskasten, der durch einen Rahmen vom übrigen Text abgesetzt worden sei, handele es sich um einen redaktionellen Hinweis darauf, wo die Leser sich vertieft informieren könnten. DHU habe für die Aktion kein Geld bezahlt.

Der Beschwerdeausschuss sieht einen Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex und spricht eine öffentliche Rüge aus. Dagegen wendet sich das Internet-Portal. Es stellt einen Wiederaufnahmeantrag und zitiert eine Pressemitteilung des Presserats, in der die Rede davon sei, dass die kritisierte Berichterstattung über Bachblütentherapie von einem Hersteller homöopathischer Präparate stamme. Dies sei grundlegend falsch. Der Artikel sei von der Redaktion verfasst worden, was man in der Erwiderung auf die Beschwerde auch mitgeteilt habe. Schon in der ersten Veröffentlichung sei darauf hingewiesen worden, dass diese von dem Unternehmen DHU gesponsert worden sei, ohne dass dieses Einfluss auf die Redaktion ausgeübt habe. Das Ergebnis des Wiederaufnahmeverfahrens ist eine Missbilligung. (1133/15/3)

**Aktenzeichen:** 1133/15/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2016

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

**Entscheidung:** Missbilligung