

## Angebote unter „Native Advertising“

### Bericht über verlagseigene Auktion ist ausreichend gekennzeichnet

„Medienhaus-Auktion: Fantastische Angebote und tolle Schnäppchen“ – unter dieser Überschrift informiert die Online-Ausgabe einer Regionalzeitung über eine Auktion des Verlages, in dem die Zeitung erscheint. Im Rahmen der Auktion sollen diverse Produkte versteigert werden. Die Veröffentlichung ist mit einem kleinen Hinweis „Anzeige“ gekennzeichnet. Ein Leser der Zeitung hält die Veröffentlichung für Werbung, die nicht klar als solche erkennbar sei. Der Geschäftsführer der Zeitung teilt mit, dass es sich hier nicht um einen redaktionellen Beitrag, sondern um eine werbliche Anzeige im Format „Native Advertising“ handele. Der Beitrag sei deshalb mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet worden. Ein Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex liege daher nicht vor.

Es liegt keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten vor. Die Beschwerde ist unbegründet. Die Veröffentlichung ist durch den Hinweis „Anzeige“ als Werbung für ein verlagseigenes Angebot erkennbar. Der werbliche Charakter des Beitrages ist für den Leser erkennbar. Somit sind die Anforderungen der Richtlinie 7.1 des Pressekodex erfüllt.

**Aktenzeichen:**0826/17/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2017

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

**Entscheidung:** unbegründet