

## Werbeeffekt im redaktionellen Teil

### Die Grenze zur Schleichwerbung wird deutlich überschritten

Eine regionale Boulevardzeitung berichtet Online über eine Putzfrau, die im Lotto 90 Millionen Euro gewonnen habe. Der Anbieter, bei dem sie gespielt hat, wird genannt. Sein Geschäftsmodell wird erläutert. Ein Foto zeigt das Logo der Firma. Ein Leser der Zeitung sieht in der Veröffentlichung nicht gekennzeichnete Werbung und einen Verstoß gegen den Jugendschutz. Die Ressortleiterin Digital der Zeitung teilt mit, dass es sich hier nicht um Werbung handele, sondern um einen redaktionellen Beitrag über den Lottogewinn einer Putzfrau in Höhe von 90 Millionen Euro. Der Beitrag enthalte auch keinerlei Elemente, die geeignet sein könnten, gegen den Jugendschutz zu verstoßen. Der nunmehr kritisierte Beitrag sei nicht der einzige Bericht zu diesem Thema. Man habe in der Folge sowohl über Zweifel an der Gewinnmeldung berichtet als auch über die rechtlichen Bedenken gegenüber dem Glückspielanbieter mit Sitz in Gibraltar. Damit habe man einen Beitrag zur Aufklärung der Öffentlichkeit geleistet.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung eine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex festgehaltenen Grundsatzes der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine Missbilligung aus. Zwar ist es grundsätzlich nicht zu beanstanden, wenn eine Redaktion ihre Leser über einen so hohen Gewinn informiert. Durch die Verwendung des beigeestellten Fotos mit dem Logo des Anbieters wird die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex jedoch deutlich überschritten. Die in der Richtlinie geforderte Sorgfalt im Umgang mit PR-Material wurde nicht beachtet, da der Wett-Anbieter durch das Foto unangemessen hervorgehoben wird und dadurch ein Werbeeffekt für dieses Unternehmen entsteht.

**Aktenzeichen:**0512/18/3

**Veröffentlicht am:** 01.01.2018

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

**Entscheidung:** Missbilligung