



## Senat 2

### MITTEILUNG EINES LESERS

*Der Presserat ist ein Verein, der sich für verantwortungsvollen Journalismus einsetzt und dem die wichtigsten Journalisten- und Verlegerverbände Österreichs angehören. Die Mitglieder der drei Senate des Presserats sind weisungsfrei und unabhängig.*

*Im vorliegenden Fall ist der Senat 2 aufgrund einer Mitteilung eines Lesers tätig geworden und hat seinen medienethischen Standpunkt geäußert. Die Medieninhaberin der „Tiroler Tageszeitung“ hat sich der Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats unterworfen.*

Ein Leser beanstandet die **Artikel „Spar gibt Gas bei Expansion“**, erschienen auf Seite 1, **„Wenn Männer einkaufen gehen“**, erschienen auf Seite 10, **„Es werden Äpfel mit Birnen verglichen“**, **„Nein zur Hauszustellung, Drohnen als Spielerei“**, sowie **„600 Millionen für Spar-Expansion“**, erschienen auf Seite 21 der „Tiroler Tageszeitung“ vom 20.08.2016. Auf Seite 1 dieser Ausgabe der „Tiroler Tageszeitung“ wurden außerdem **fünf Rabattbons der Firma „Spar“** angebracht. Der Leser kritisiert, dass die Firma „Spar“ seiner Ansicht nach redaktionelle Inhalte beeinflusst habe.

Im Beitrag „Spar gibt Gas bei Expansion“ wird von Investitionen und der Expansion der Firma „Spar“, über Kartell-Strafen, neue Compliance-Regeln und Probleme bei der Mitarbeitersuche berichtet. Im Artikel „Wenn Männer einkaufen gehen“ wird über den neuen Eurospar-Markt in Kufstein geschrieben, der „schöner, moderner und kundenfreundlicher“ geworden sei. An der Eröffnung haben Politiker und weitere Ehrengäste teilgenommen. Der Artikel „Es werden Äpfel mit Birnen verglichen“ beruht auf einem Gespräch mit dem Vorstand der Firma „Spar“. Dieser wird u.a. zu Preisabsprachen mit Lieferanten und den deshalb verhängten Strafen befragt. Im Artikel werden zudem die hohe Marktkonzentration im Lebensmittelhandel – Spar liegt mit 30% Marktanteil an zweiter Stelle – und die Schwierigkeiten bei den Lohnverhandlungen mit den Mitarbeitern erwähnt. Im Artikel „Nein zur Hauszustellung, Drohnen als Spielerei“ geht es darum, dass die Firma „Spar“ im Gegensatz zu den Firmen „Rewe“ und „M-Preis“ keine Hauszustellung für Lebensmittel einführen möchte. Der Artikel „600 Millionen für Spar-Expansion“ betrifft schließlich die Investitionen, die die Firma „Spar“ im heurigen Jahr vorhat.

***Der Senat hat beschlossen, in diesem Fall kein selbständiges Verfahren einzuleiten.***

Der Senat geht bei den vorliegenden Artikel nicht davon aus, dass diese von außen beeinflusst wurden. Eine Schleichwerbung liegt nicht vor. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass auf der Titelseite der Zeitung fünf Rabatt-Sticker der Firma „Spar“ angebracht waren.

Von einer Schleichwerbung oder Gefälligkeitsberichterstattung ist dann auszugehen, wenn ein redaktioneller Beitrag *überwiegend* Werbecharakter aufweist. Dabei gilt es zu überprüfen, ob ein Beitrag überwiegend Formulierungen enthält, die auch einer Werbebroschüre entstammen könnten. Ob der Werbecharakter dominiert, ist im Einzelfall festzustellen. Die Grenzen dabei sind fließend (siehe den Fall 2015/45).

Der Adabei-Artikel über die Eröffnung eines großen neuen Spar-Supermarktes hat Informationswert. In der Gesellschaftsberichterstattung geht es vor allem auch um die Unterhaltung der Leserinnen und Leser, an den Informationswert werden daher andere Maßstäbe angelegt als etwa in der Politikberichterstattung. Selbst wenn mit dem Artikel ein gewisser Werbeeffekt verbunden ist, bedeutet das nicht automatisch, dass auf die Redaktion von außen Einfluss genommen wurde. Innerhalb eines gewissen Rahmens sind auch positive Berichte zulässig. Dies ergibt sich aus der Presse- und Kommunikationsfreiheit. Der Artikel ist Teil der Gesellschaftsseite und geradezu klassisch aufgebaut: Es werden Prominente aus der Region zur Neueröffnung des Marktes befragt.

Der Artikel „Spar gibt Gas bei Expansion“ ist ein Anreißer für die drei Artikel zur Firma „Spar“ im Wirtschaftsteil auf Seite 21. Auch diesen Artikel hält der Senat für unproblematisch. In sämtlichen Artikeln wird nicht ausschließlich Positives über die „Spar“-Gruppe berichtet. Zur Sprache kommen auch kritische Themen wie die Kartell-Strafen des Unternehmens und die Schwierigkeiten bei den Lohnverhandlungen mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dass der Vorstand in seinen Ausführungen die Firma „Spar“ möglichst in ein positives Licht rückt, ist seine Aufgabe und versteht sich von selbst. Der Senat hebt hervor, dass die Journalistin und der Journalist in dem Gespräch auch kritische und für den Vorstand unangenehme Fragen gestellt haben.

Im Artikel „Nein zur Hauszustellung, Drohnen als Spielerei“ wird die im Vergleich zu Mitbewerbern unterschiedliche Strategie der Firma „Spar“ bei der Hauszustellung beschrieben. Im Artikel „600 Millionen für Spar-Expansion“ werden Zahlen und Fakten zu den Expansionsplänen der Firma „Spar“ angeführt. Der Senat geht auch hier von einem gewissen Informationswert aus.

Jene Teile der Berichterstattung im Wirtschaftsteil, die sich positiv auf das Unternehmen auswirken können, haben nach Auffassung des Senats nicht überwiegend Werbecharakter – die werbliche Sprache dominiert nicht (siehe dazu oben).

Österreichischer Presserat  
Senat 2  
Vors. Mag.<sup>a</sup> Andrea Komar  
18.10.2016