



Senat 1

SELBSTÄNDIGES VERFAHREN AUFGRUND EINER 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 beiden Senate des Presserats sind weisungsfrei und unabhängig.

Im vorliegenden Fall hat der Senat 1 des Presserats aufgrund einer Mitteilung eines Lesers ein Verfahren durchgeführt (selbständiges Verfahren aufgrund einer Mitteilung). In diesem Verfahren äußert der Senat seine Meinung, ob ein Artikel den Grundsätzen der Medienethik entspricht. Die Medieninhaberin des „Journal Graz“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, Gebrauch gemacht.

Bisher hat sich die Medieninhaberin des „Journal Graz“ der Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats nicht unterworfen.

ENTSCHEIDUNG

Der Senat 1 hat durch seinen Vorsitzenden Dr. Peter Jann und seine Mitglieder Dr. Tessa Prager, Prof. Paul Vécsei, Dr. Anita Staudacher, Dr. Ilse Brandner-Radinger, Mag. Eva Weissenberger und Dr. Marianne Enigl in seiner Sitzung am 17.12.2014 im Verfahren aufgrund einer Mitteilung **gegen Waltraud Pertzl**, c/o Journal Graz, Elariweg 6, 8054 Seiersberg, als Medieninhaberin des „Journal Graz“ wie folgt entschieden:

In der Ausgabe des „Journal Graz“ vom 9. Oktober 2014 wurden mehrere Verstöße **gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit), 4 (Einflussnahme) und 11 (Interessen von Medienmitarbeitern) des Ehrenkodex für die österreichische Presse** festgestellt.

BEGRÜNDUNG

Ein Leser hat sich wegen der oben genannten Ausgabe des „Journal Graz“ an den Presserat gewandt und kritisiert, dass es in dieser Ausgabe nicht möglich sei, zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten zu unterscheiden.

Der Leser beanstandet insbesondere die Titelseite, die sich auf zwei Energy-Drinks bezieht und bei der es sich seiner Ansicht nach um eine verdeckte Werbung handelt, sowie eine Veröffentlichung über den Verkauf eines Einfamilienhauses unter Nennung eines Immobilienmaklers auf Seite 12 und einen Beitrag über die Wirtschaftskammer Steiermark mit dem Titel „Lohndumping endlich abstellen!“ auf Seite 13.

In ihrer Stellungnahme an den Presserat gibt die Medieninhaberin des „Journal Graz“ an, dass die Titelseite „einem guten Bekannten geschenkt“ worden sei. Da für die Titelseite nicht bezahlt wurde, habe man auf die Kennzeichnung „entgeltliche Einschaltung“ verzichtet.

Zu den Veröffentlichungen auf den Seiten 12 und 13 führt die Medieninhaberin aus, dass es sich hierbei um entgeltliche Inserate handle. Dies sei auch erkennbar, da die Veröffentlichungen Logo und Adresse der betroffenen Unternehmen beinhalten. Eine Kennzeichnung als „Werbung“ sei deshalb nicht notwendig.

Der Senat stuft die drei Veröffentlichungen als Werbung ein, deren Inhalt dem Grunde nach von Personen außerhalb der Redaktion bestimmt wurde. Dafür spricht, dass die Veröffentlichungen ausschließlich positiv und unkritisch sind. Der Standpunkt des Senats steht im Übrigen auch im Einklang mit den Angaben der Medieninhaberin.

Der Ehrenkodex für die österreichische Presse sieht in seinen Punkten 3. und 4. vor, dass es bei journalistischen Darstellungen für Leserinnen und Leser klar sein muss, ob es sich um Tatsachenberichte oder um Fremdmeinungen handelt (Punkt 3.1), und dass die Einflussnahme Außenstehender auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags unzulässig ist (Punkt 4.1). Zudem dürfen geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitern gemäß Punkt 11 des Ehrenkodex keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben.

Aus diesen Bestimmungen ergibt sich, dass es den Leserinnen und Lesern möglich sein muss, zwischen (bezahlter) Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können.

Für den Senat stellt sich also die Frage, ob die Beiträge für die Leserinnen und Leser als Werbung ausreichend erkennbar sind.

Der Senat betont, dass sich die drei Werbeveröffentlichungen im Hinblick auf Gestaltung, Aufmachung und Schriftbild nicht von den redaktionellen Inhalten des „Journal Graz“ unterscheiden, eine ausdrückliche Kennzeichnung als „Werbung“, „entgeltliche Einschaltung“, „Anzeige“ oder dergleichen erfolgte jedoch nicht.

Vor diesem Hintergrund ist eine Irreführung der Leserinnen und Leser möglich. Die Aufbereitung von Werbung als redaktioneller Inhalt spiegelt den Leserinnen und Lesern falsche Glaubwürdigkeit vor und ist deshalb medienethisch verwerflich. Entdecken die Leserinnen und Leser die Täuschung, kann es zu einem Glaubwürdigkeitsverlust von Medien kommen.

Auf der Titelseite des „Journal Graz“ werden die Namen zweier Energy-Getränke groß gebracht und es wird darauf hingewiesen, dass diese Getränke nun auch in Dubai erhältlich seien. Als Titelbild werden die Getränke mit einer Schauspielerin gezeigt. Aufgrund der Aufmachung entsteht (zumindest auf den ersten Blick) der Eindruck, dass ein redaktioneller Beitrag vorliegt.

Dabei tut nichts zur Sache, ob für den Werbeartikel tatsächlich Geld entrichtet wurde. Auch wenn eine Werbung allein aus Gefälligkeit gebracht wird, ist sie entsprechend als solche zu kennzeichnen.

Der Beitrag über den Verkauf eines Einfamilienhauses auf Seite 12 ist eine reine Anpreisung des Verkaufsobjekts. Selbst wenn dies die Leserinnen und Leser erkennen sollten, könnten manche unter ihnen dennoch fälschlicherweise der Meinung sein, dass der Beitrag dem redaktionellen Inhalt zuzurechnen ist. Der Werbebeitrag ist wie ein redaktioneller Artikel gestaltet und es werden dieselben Schrifttypen eingesetzt. Dass am Ende des Beitrags ein Foto, der Name und die Telefonnummer des zuständigen Immobilienmaklers verhältnismäßig groß und gelb hinterlegt veröffentlicht werden, ändert an der Irreführungseignung nichts.

Der Beitrag über die Wirtschaftskammer Steiermark auf Seite 13 ist als ein Interview aufgebaut. Die Medieninhaberin räumt selbst ein, dass es sich um eine entgeltliche Einschaltung handelt. Gerade bei einem Interview werden aber viele Leserinnen und Leser davon ausgehen, dass die Fragen dafür von einem unabhängigen Journalisten gestellt worden sind. Das Logo der Wirtschaftskammer am Ende der Veröffentlichung allein reicht nach Meinung des Senats nicht für eine unmissverständliche Kennzeichnung als entgeltliche Werbung aus.

Der Verstoß wird gemäß § 20 Abs. 2 lit. a der Verfahrensordnung der Beschwerdesenate des Presserates festgestellt.

Gemäß § 20 Abs. 4 der Verfahrensordnung wird gegen Waltraud Pertzl als Medieninhaberin des „Journal Graz“ aufgefordert, die Entscheidung freiwillig in dem betroffenen Medium zu veröffentlichen.

Österreichischer Presserat
Beschwerdesenat 1
Vors. Dr. Peter Jann
17.12.2014