

**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 beiden 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. Bisher hat sich die Medieninhaberin von „Heute“ der Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats nicht unterworfen.

Ein Leser beanstandete den Beitrag „Neu: Vegetarische Menüs für Babys und kleine Kinder“, erschienen auf Seite 36 der Tageszeitung „Heute“ vom 10.03.2015. Nach Ansicht des Lesers beinhalte der Beitrag „außer unbewiesenen Behauptungen nur Werbung der Firma ‚Hipp‘“. Der Kurzbericht sei nicht als „Anzeige“, „Werbung“ oder dergleichen gekennzeichnet, nach Ansicht des Lesers aber wohl im Auftrag des Herstellers initiiert und bezahlt.

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

In dem Artikel wird berichtet, dass die Firma „Hipp“ ab sofort acht vegetarische Menüs für Babys und Kleinkinder anbiete.

Der Senat bewertet den Artikel als noch im Rahmen dessen angesiedelt, was aus medienethischer Sicht zulässig ist.

Zum einen hat der Beitrag einen gewissen Informationswert – es wird über die Produkteinführung vegetarischer Babynahrung geschrieben. Gerade bei der Einführung eines neuen Produkts kommt es häufig vor, dass der Herstellername in den Medien genannt wird.

Zum anderen wird im Artikel auch festgehalten, dass Kinderärzte neben fünf Mahlzeiten mit Fleisch und einer mit Fisch lediglich eine vegetarische Mahlzeit pro Woche empfehlen – diese Anmerkung kann nicht als bloße Werbung für die neue Produktlinie verstanden werden.

Der Senat betont, dass redaktionelle Berichte über Firmen und deren Produkte innerhalb gewisser Grenzen auch positiv ausfallen dürfen. Enthält ein redaktioneller Beitrag allerdings überwiegend Formulierungen, die auch einer Werbebroschüre entstammen könnten, ist davon auszugehen, dass die Redaktion nicht unabhängig gearbeitet hat und eine Schleichwerbung oder Gefälligkeitsberichterstattung vorliegt (siehe die Entscheidung 2015/17). Bei dem hier zu prüfenden Beitrag ist dies nach Auffassung des Senats jedoch nicht der Fall.

Vor diesem Hintergrund geht der Senat eher nicht davon aus, dass es bei dem von dem Leser beanstandeten Beitrag zu einer Einflussnahme von außen auf die Redaktion gekommen ist (Punkt 4.1 des Ehrenkodex für die österreichische Presse).

Österreichischer Presserat
Senat 2
Vors. Mag. Andrea Komar
07.04.2015