

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 Senate des Presserats sind weisungsfrei und unabhängig.

Im vorliegenden Fall führte der Senat 3 des Presserats aufgrund einer Mitteilung eines Lesers ein Verfahren durch (selbständiges Verfahren aufgrund einer Mitteilung). In diesem Verfahren äußert der Senat seine Meinung, ob eine Veröffentlichung den Grundsätzen der Medienethik entspricht. Die Medieninhaberin von „oe24.at“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, keinen Gebrauch gemacht.

Die Medieninhaberin von „oe24.at“ hat die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats bisher nicht anerkannt.

ENTSCHEIDUNG

Der Senat 3 hat durch seine Vorsitzende Dr.ⁱⁿ Ilse Huber und seine Mitglieder Mag.^a Birgit Entner-Gerhold, Mag. Dejan Jovicevic, Mag. Michael Jungwirth und Christopher Wurmdobler in seiner Sitzung am 04.06.2019 **im selbständigen Verfahren gegen die „oe24 GmbH“**, Friedrichstraße 10, 1010 Wien, als Medieninhaberin von „oe24.at“ wie folgt entschieden:

Der Artikel **„Hofer verschleudert 4K-TV von Samsung“**, erschienen am 11.03.2019 auf „oe24.at“, **verstößt gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahmen) des Ehrenkodex für die österreichische Presse.**

BEGRÜNDUNG

Im oben genannten Beitrag wird berichtet, dass ein spezifisches TV-Gerät von Samsung derzeit beim Diskonter „Hofer“ zum „Kampfprijs“ von 369 EUR erhältlich sei. Dabei unterbiete „Hofer“ „selbst den günstigsten Online-Händler deutlich“. Im Beitrag heißt es, dass die Technologie des Geräts eine hervorragende Darstellungsqualität garantiere und daher sehr empfehlenswert sei. Zudem ist von einer „hohen Auflösung“ und einer „soliden Ausstattung“ die Rede. Zu den weiteren Highlights des Geräts würden der HD-Triple Tuner, die CI+ Schnittstelle und die DLNA zählen.

Ein Leser kritisierte, dass hier die Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung nicht eingehalten worden sei und hier eine Werbung vorliege, die als Artikel getarnt sei.

Die betroffene Medieninhaberin gab keine Stellungnahme ab und nahm nicht an der mündlichen Verhandlung vor dem Senat teil.

Der Senat hält zunächst fest, dass es bei journalistischen Darstellungen für die Leserinnen und Leser klar sein muss, ob es sich um Tatsachenberichte oder um Fremdmeinungen handelt (Punkt 3.1 des Ehrenkodex). Darüber hinaus ist die Einflussnahme Außenstehender auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags unzulässig (Punkt 4.1 des Ehrenkodex). Zudem dürfen wirtschaftliche Interessen des Verlages redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnten (Punkt 4.4 des Ehrenkodex). Schließlich 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 (siehe z.B. die Entscheidungen 2014/187, 2015/018, 2015/096, 2015/234, 2017, 028, 2017/089, 2017/238).

Das TV-Gerät ist durch die Angabe des Herstellers sowie der Typenbezeichnung genau identifizierbar. Zudem wird die Handelskette angeführt, die es anbietet. Den Leserinnen und Lesern gegenüber wird das Gerät wie in einer Werbebroschüre präsentiert; die verschiedenen Ausstattungsmerkmale werden angepriesen. Darüber hinaus wurden dem Beitrag auch zwei Abbildungen des Geräts beigelegt.

Der Gerätepreis wird im Artikel explizit genannt, als „Kampfprijs“ bezeichnet und es wird auch noch angemerkt, dass der „Diskonter“ den günstigsten Online-Händler damit um über 40 Euro (inklusive Versandkosten) unterbiete. Der Preis, das Datum des Starts der Verkaufsaktion eine Woche nach Erscheinen des Artikels sowie die genaue Typenbezeichnung sind fett geschrieben und dadurch besonders hervorgehoben.

Der Senat kann hier weder eine unbeeinflusste redaktionelle Aufarbeitung noch die erforderliche journalistische Distanz erkennen. Das TV-Gerät wird durchwegs positiv und völlig unkritisch dargestellt. Die Werbesprache überwiegt eindeutig. Da der Beitrag in Hinblick auf die Gestaltung und das Schriftbild wie ein redaktioneller Artikel aufbereitet wurde, hätte eine Kennzeichnung als „Werbung“, „bezahlte Anzeige“ oder dergleichen erfolgen müssen. Die aus medienethischer Sicht erforderliche Unterscheidbarkeit zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten wurde hier missachtet. Der Beitrag verstößt somit gegen das Gebot der Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten (siehe die Punkte 3 und 4 des Ehrenkodex).

Der Senat stellt den Verstoß gemäß § 20 Abs. 2 lit. a der Verfahrensordnung der Beschwerdesenate des Presserates fest und fordert die „**oe24 GmbH**“ gemäß § 20 Abs. 4 der VerfO auf, die Entscheidung **freiwillig auf „oe24.at“ zu veröffentlichen oder bekanntzugeben.**

Österreichischer Presserat
Beschwerdesenat 3
Vorsitzende Dr.ⁱⁿ Ilse Huber
04.06.2019