



Senat 1

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. Die Medieninhaberin der „Kronen Zeitung“ hat die Schiedsgerichtbarkeit des Presserats bisher nicht anerkannt.

Wien, 27.02.2020

CR Klaus Herrmann
Krone Multimedia GmbH & Co KG für „krone.at“
Per E-Mail

Sehr geehrter Herr Chefredakteur Herrmann!

Der Senat 1 des Presserats beschäftigte sich aufgrund einer Mitteilung eines Lesers mit dem Artikel „Die besten Brotrezepte für jeden Tag“, abgerufen am 30.12.2019 auf „krone.at“.

Im Artikel wird angemerkt, dass Brot backen ganz einfach sei, sofern man wisse, was genau zu tun sei. Anschließend wird über ein neu erschienenes Kochbuch (Titel: „Die besten Brotrezepte“) berichtet, dessen Buchcover als Bild in den Artikel eingefügt wurde. Durch Anklicken des Bildes gelangt man direkt zur Webseite der Plattform Amazon, auf welcher das Kochbuch zum Verkauf angeboten wird. Am Ende des Artikels findet sich eine eigene Rubrik „Mit diesen Büchern geht es ran an den Teig!“. Darin werden weitere vier Cover zu anderen Kochbüchern über Brotrezepte aufgelistet. Auch diese Buchcover sind mit Amazon verlinkt.

Unterhalb des Beitrags findet sich folgender Hinweis: „Dieser Artikel entstand in redaktioneller Unabhängigkeit. Als Amazon-Partner verdienen wir aber an qualifizierten Verkäufen. Die Preise können tagesaktuell abweichen.“

Bereits am 17.12.2019 wurde Ihnen im Auftrag des Senats ein offener Brief wegen ähnlich gestalteter Beiträge auf „krone.at“ übermittelt. Sie wurden darauf hingewiesen, dass es Leserinnen und Lesern möglich sein muss, zwischen (bezahlter) Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können. Der Senat merkte zudem an, dass er in dem beigefügten „Hinweis“ einen gewissen Widerspruch erkenne und kritisierte, dass dieser Hinweis nicht am Anfang der Beiträge platziert wurde.

Nach der Veröffentlichung des Briefs vom 17.12.2019 wandte sich ein Leser an den Presserat und kritisierte, dass im Artikel zu den Kochbüchern die beschriebenen Produkte überhaupt nicht als käufliche Angebote dargestellt werden.

Im Unterschied zu den früheren Beiträgen entstehe hier die Erwartungshaltung, dass man durch Anklicken der Bilder lediglich mehr Informationen zum jeweiligen Kochbuch erhalte.

Der Senat fordert Sie erneut dazu auf, künftig stärker auf das Trennungsgebot zwischen (bezahlter) Werbung und redaktionellen Beiträgen zu achten. Der Senat erachtet es für erforderlich, dass Verlinkungen zu Onlineversandhändlern für die Leserinnen und Leser klar als solche erkennbar sind. Dementsprechend teilt der Senat die Kritik des Lesers, dass die Kochbücher im Beitrag nicht ausreichend als käufliche Angebote dargestellt wurden.

Darüber hinaus hält der Senat den beigefügten „Hinweis“ nach wie vor für widersprüchlich und mahnt ein, diesen bereits am Anfang von derartigen Beiträgen zu platzieren.

Dieser Brief wird auf der Webseite des Presserats veröffentlicht.

Mit freundlichen Grüßen,



Dr. Alexander Warzilek, GF