

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 Medieninhaberinnen von „tips.at“ hat von der Möglichkeit, am Verfahren teilzunehmen, Gebrauch gemacht.

Die Medieninhaberin der Wochenzeitung „TIPS“ hat die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats anerkannt.

HINWEIS

Der Senat 3 hat durch seinen Vorsitzenden Dr. Georg Karasek und seine Mitglieder Dr. Daniel Lohninger, Mag.^a Heide Rampetzreiter, Günther Schröder, Sandra Walder und Christoph Wurmdobler in seiner Sitzung am 26.06.2026 nach Durchführung einer mündlichen Verhandlung im selbständigen Verfahren gegen die „**Tips Zeitungs GmbH & Co KG**“, Promenade 23, 4010 Linz, als Medieninhaberin der Wochenzeitung „TIPS“ (Ausgabe Linz-Stadt), wie folgt entschieden:

Der Beitrag „**Eine Geschichte der Selbstermächtigung: Wenn der Körper spricht – aber niemand zuhört**“, erschienen am 26.01.2026 auf „tips.at“, stellt einen **geringfügigen Verstoß** gegen die **Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahme) des Ehrenkodex für die österreichische Presse**.

BEGRÜNDUNG

Im Beitrag geht es um den „Linzer Experten für ganzheitliche Beratung“ Alfred Steinke und seine Philosophie „Gesund. Frei. Sein.“. Viele Patienten, vor allem Frauen über 50, kämen nach einer diagnostischen Odyssee zu ihm und würden nicht nur Antworten auf körperliche Symptome suchen, sondern verstehen wollen, wieso ihr Körper so reagiere, wie er es tue. Steinkes Arbeit unterscheide sich von klassischen Ansätzen der Medizin durch seinen ganzheitlichen Blick auf den Menschen, mit energetischen Biofeedback-Verfahren könne er Veränderungen im Körper erkennen, oft bevor Symptome auftreten. Kombiniert mit Erkenntnissen der „fünf biologischen Naturgesetze“ entstehe ein völlig neues Verständnis medizinischer Behandlungen. Symptome seien nicht der Feind, sondern bereits Teil der Heilung. In der Beratung gehe es nicht nur um die körperliche Ebene von Schmerzen, auch emotionale Ursachen, seelische Wurzeln und manchmal sogar transgenerationale Themen würden sichtbar gemacht werden.

Unterhalb des Artikels ist ein Link zu Alfred Steinkes Homepage und ein Video eingebettet, in dem Steinke in einem Interview über seine Arbeit spricht und erklärt, wie seine Biofeedback-Messung funktioniere. Dem Beitrag ist auch noch ein Foto des betreffenden Arztes beigelegt.

Unterhalb der Überschrift ist der Beitrag in sehr kleiner Schrift als „Anzeige“ ausgewiesen.

Ein Leser kritisiert, dass die Anzeige wie ein seriöser Artikel aufgebaut sei. Zudem empfindet er das Konzept als unseriös und unethisch.

Die Medieninhaberin nahm am Verfahren vor dem Presserat teil. In einer Stellungnahme bestätigt die Chefredakteurin, dass sich der Artikel in puncto Layout nicht von einem redaktionellen Artikel unterscheide. Er sei aber am Anfang klar als Anzeige gekennzeichnet, dort wo normalerweise der Name des Autors stehe. Bis dato sei eine andere Kennzeichnung von bezahlten Werbegeschichten im Redaktionssystem technisch nicht vorgesehen gewesen. Den Vorschlag des Senats, „Paid-Content“ mit anderen Farben und verändertem Layout visuell stärker von redaktionellen Inhalten abzuheben, werde sie berücksichtigen.

Ihr sei die Problematik grundsätzlich bewusst und sie werde sich dafür einsetzen, in Zukunft „Paid-Content“ noch stärker von redaktionellen Inhalten abzugrenzen, insbesondere wenn es sich wie im vorliegenden Fall um heikle, (alternativ-)medizinische Themen handle.

Der Senat weist zunächst daraufhin hin, 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).

Weiters 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 keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben (Punkt 11 des Ehrenkodex).

Auf Grundlage dieser Bestimmungen muss es den Leserinnen und Lesern prinzipiell möglich sein, zwischen bezahlter Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können. Sofern ein Werbebeitrag in Hinblick auf Gestaltung und Schriftbild wie ein redaktioneller Artikel aufbereitet wird, ist dieser entsprechend und eindeutig zu kennzeichnen, z.B. als „Werbung“, „Anzeige“ oder dergleichen. (siehe z.B. die Entscheidungen 2014/187, 2015/018, 2015/096, 2015/234, 2017/238, 2019/137, 2022/203 und 2022/429).

Im vorliegenden Fall ist für Leserinnen und Leser auf den ersten Blick nicht eindeutig erkennbar, dass es sich bei dem Artikel um eine Anzeige handelt. In Bezug auf sein Erscheinungsbild (Typografie, Layout, Farbgebung, etc.) grenzt er sich nicht von anderen redaktionellen Beiträgen auf „tips.at“ ab. Zudem erinnert der Zusatz „Wirtschaft & Politik“ oberhalb der Überschrift eher an eine Rubrik im redaktionellen Teil eines Mediums. Die sehr klein geschriebene Kennzeichnung des Beitrags als Anzeige in grauer Farbgebung unterhalb des Titels ist nicht geeignet, den Charakter einer Werbeeinschaltung deutlich genug hervorzuheben. Der Senat ist der Ansicht, dass zahlreiche Leserinnen und Leser den Hinweis übersehen.

Darüber hinaus behandelt der Artikel ein umstrittenes Thema, nämlich alternativ-medizinische Heilmethoden. Gerade bei derartigen heiklen Themen ist es umso wichtiger, dass es für Leserinnen und Leser eindeutig erkennbar ist, ob es sich um einen redaktionellen Beitrag oder um eine bezahlte Anzeige handelt.

Der Senat begrüßt die Bereitschaft der Chefredakteurin, in Zukunft stärker auf das medienethische Gebot zu achten, Werbung von redaktionellen Inhalten abzugrenzen.

In Anbetracht dessen und des Umstands, dass der Beitrag – wenn auch in sehr kleiner Schriftgröße – als Anzeige gekennzeichnet wurde, hält es der Senat für ausreichend, im konkreten Fall gemäß § 20 Abs. 2 lit. b der Verfahrensordnung der Beschwerdesenate des Presserats bloß einen **geringfügigen Verstoß gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahmen)** festzustellen und spricht einen Hinweis aus.

Österreichischer Presserat

Senat 3

Vors. Dr Georg Karasek

26.06.2026