



## 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 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. Die Medieninhaberin der Tageszeitung „Kurier“ hat sich der Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats unterworfen.*

Ein Leser kritisiert den Artikel „Brotkost – neuer Lieferservice in Wien“, erschienen am 26.02.2016 auf „kurier.at“. Seiner Ansicht nach handle es sich dabei um eine versteckte und nicht gekennzeichnete Werbung. Der Leser vermisse jedweden Erfahrungsbericht der Journalistin. Der Artikel erscheint dem Leser wie „Propaganda für diese Firma“.

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

Der Senat bewertet den vorliegenden Artikel über ein neues Start-Up-Unternehmen nicht als verdeckte Werbung. Auch wenn über das Unternehmen und dessen Brötchen positiv berichtet, ist dies nicht von vornherein bedenklich – innerhalb gewisser Grenzen können redaktionelle Beiträge auch positiv ausfallen, selbst wenn damit ein gewisser Werbeeffekt verbunden ist. Dies ist durch die Presse- und Kommunikationsfreiheit gedeckt.

Von einer Schleichwerbung oder Gefälligkeitsberichterstattung ist dann auszugehen, wenn ein redaktioneller Beitrag *überwiegend* Werbecharakter aufweist.

Dabei gilt es zu überprüfen, ob ein Beitrag überwiegend Formulierungen enthält, die auch einer Werbebroschüre entstammen könnten.

Ob der Werbecharakter dominiert, ist im Einzelfall festzustellen. Die Grenzen dabei sind fließend (siehe den Fall 2015/45).

Beim vorliegenden Artikel überwiegt der Werbecharakter nicht. Daher liegt nach Meinung des Senats auch keine unzulässige Einflussnahme Außenstehender auf die Arbeit der Redaktion vor (siehe Punkt 4.1 des Ehrenkodex für die österreichische Presse).

In dem Artikel werden zwar die Preise für die Brötchen angeführt. Das bedeutet jedoch nicht automatisch, dass es sich hier um Schleichwerbung handelt. Die Preisangabe kommt auch einem Service für die Leserinnen und Leser gleich.

Österreichischer Presserat

Senat 2

Vors. Mag.<sup>a</sup> Komar

16.03.2016