

**Senat 3****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.

In den vorliegenden Fällen ist der Senat 3 aufgrund einer Mitteilung eines Lesers tätig geworden und hat seinen medienethischen Standpunkt geäußert. Bisher hat sich die Medieninhaberin der Tageszeitung „Österreich“ der Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats nicht unterworfen.

Ein Leser kritisiert, dass in der Tageszeitung „Österreich“ vom 14. April 2015 auf Seite 22 im Artikel „Versicherer setzen auf Auto-Liebhaberinnen“ eine Aussage von Robert Lasshofer, dem Chef der Wiener Städtischen Versicherung, zitiert wird, und dass sich auf der Seite direkt daneben ein Inserat dieser Versicherung befindet. Der Leser sieht darin ein mögliches Gefälligkeitsinterview.

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

In dem Artikel wird von einer Studie der Wiener Städtischen Versicherung berichtet, wonach das Auto für Frauen einen höheren Stellenwert habe als für Männer, dass bei Autos Sicherheit das Wichtigste sei, 93 Prozent der Autofahrerinnen und Autofahrer für ein neues Auto eine Vollkaskoversicherung wollen, und dass die Wiener Städtische Versicherung dazu ein Product zur Deckung der Lücke zwischen dem Neuanschaffungspreis und dem Zeitwert anbiete. Darüber hinaus wird auch ein offenbar neues Produkt der Ergo Versicherung kurz vorgestellt.

Der Senat stuft den vorliegenden Artikel nicht als verdeckte Werbung ein. Innerhalb gewisser Grenzen kann über ein Unternehmen und dessen Produkte auch positiv berichtet werden, selbst wenn dadurch ein Werbeeffekt für das Unternehmen erzielt wird.

Entscheidend dabei ist, dass der Artikel nicht überwiegend Formulierungen enthält, die auch einer Werbebroschüre des betroffenen Unternehmens stammen könnten (siehe die Entscheidung 2015/17 sowie den Fall 2015/44).

Dadurch soll verhindert werden, dass Werbung den Leserinnen und Lesern als objektive Berichterstattung präsentiert wird.

Der vorliegende Artikel hat Informationswert. Es wird über eine Studie der Wiener Städtischen Versicherung berichtet, in der die Vorlieben der österreichischen Autofahrerinnen und Autofahrer analysiert wurden.

Die Inhalte dieser Studie sind für die Öffentlichkeit von Interesse.

Dass der Chef des Versicherungsunternehmens in dem Artikel zu Wort kommt und dabei auf ein neues Versicherungsprodukt hinweist, macht den Artikel noch nicht zu einem Gefälligkeitsbericht. Zum einen hat auch der Hinweis auf das neue Produkt, das die Lücke zwischen dem Neuanschaffungspreis und dem Verkehrswert abdeckt, einen gewissen Informationsgehalt. Zum anderen kommt in dem Artikel auch das Produkt eines Konkurrenzunternehmens vor. Schließlich ist der Artikel nicht in einer Sprache abgefasst, wie sie in der Werbung üblich ist.

Enthält ein Artikel auch Informationen über konkrete Produkte, kann das bis zu einem gewissen Grad auch als Service für die Leserinnen und Leser gewertet werden.

Im vorliegenden Fall ist auf der dem Artikel gegenüberliegenden Seite ein Inserat der Wiener Städtischen Versicherung abgedruckt. Das kann zwar dazu führen, dass gewisse Einflüsse vermutet werden; der Senat geht jedoch aufgrund der zuvor genannten Erwägungen nicht davon aus, dass es solche Einflüsse tatsächlich gegeben hat.

Dass im Umfeld eines bestimmten Themas dazu passende Anzeigen geschaltet werden, ist an und für sich nicht ungewöhnlich. Wenn im redaktionellen Beitrag der Chef eines im Nahbereich inserierenden Unternehmens zu Wort kommt, mag das zwar einen seltsamen Beigeschmack haben. Solange im Bericht die werbenden Elemente nicht im Vordergrund stehen, bewertet der Senat dies jedoch noch nicht als Ethikverstoß (siehe demgegenüber die Entscheidung 2015/17).

Abschließend merkt der Senat an, dass über die Studie der Wiener Städtischen Versicherung auch in anderen Medien redaktionell berichtet wurde – der Unternehmenschef hatte die Studie im Rahmen einer Pressekonferenz vorgestellt.

Österreichischer Presserat
Senat 3
Vors. Dr.ⁱⁿ Irmgard Griss
22.04.2015