



Senat 1

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 1 aufgrund einer Mitteilung eines Lesers tätig geworden und hat seinen medienethischen Standpunkt geäußert. Die Medieninhaberin der „Kleinen Zeitung“ hat sich der Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats unterworfen.

Ein Leser beanstandet den Artikel „Beim Paten der Pasta-Tomaten“, erschienen am 27.08.2016 auf den Seiten 32 und 33 der „Kleinen Zeitung“.

In der Reportage wird über einen italienischen Bio-Produzenten berichtet, der Tomaten-Fertigprodukte für „Ja! Natürlich“ exklusiv herstellt. Im Vorspann des Artikels heißt es: „Mit „Ja! Natürlich“ war Rewe ein Vorreiter im Biobereich. Die meisten Produkte kommen aus Österreich. Doch die Tomaten im Glas reifen unter der Sonne Italiens.“ Laut Artikel stammen alle Zutaten aus demselben Betrieb; eine Umweltschutzorganisation überprüfe die Einhaltung der Bio-Richtlinien. Nach Angaben von „Ja! Natürlich“ werden die Tomaten wegen des Klimas und der im Vergleich zu Österreich längeren Saison in Italien angebaut. Im Artikel kommt dann auch noch ein österreichischer Bio-Tomatenbauer zu Wort. Er vermutet, dass für „REWE“ eher der Preis ausschlaggebend sei: Seine eingekochten österreichischen Bio-Tomaten würden das Doppelte von eingekochten italienischen Bio-Tomaten kosten.

Der Leser beanstandet, dass der Bericht überwiegend Werbecharakter habe und wenig eigenständige redaktionelle Arbeit aufweise, jedoch der Vermerk „Werbung“ oder „entgeltliche Einschaltung“ fehle. Die Fotos im Artikel – auf einem ist die Chefin von „Ja! Natürlich“ abgebildet – stammen von „REWE“. Es sei auch nicht angeführt worden, dass der Artikelverfasser von „REWE“ eingeladen worden sei. Die Berichterstattung sei nicht kritisch. Nach Meinung des Lesers handelt es sich hier um einen Fall von Schleichwerbung.

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

Der Senat bewertet den vorliegenden Artikel nicht als verdeckte Werbung. Wird über ein Unternehmen oder ein Produkt in einem Artikel 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. Dieser Ansatz ist von der 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 bei einem Artikel der Werbecharakter dominiert, ist im Einzelfall festzustellen. Die Grenzen dabei sind fließend (siehe die Fälle 2015/45 und 2016/47).

Der Senat hält fest, dass der vorliegende Artikel auch kritische Elemente aufweist. Im Artikel wird ein österreichischer Tomaten-Hersteller zitiert, der die Begründung von „Ja! Natürlich“, dass die Tomaten aufgrund klimatischer Bedingungen in Italien angebaut würden, hinterfragt und den Grund dafür in den niedrigeren Kosten sieht.

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

Falls die Reportage vor Ort auf Einladung der Firma „REWE“ erfolgt ist, hätte man allerdings auf diesen Umstand am Ende des Artikels hinweisen sollen (siehe Punkt 9.1 des Ehrenkodex für die österreichische Presse). Der Senat empfiehlt, dieses Transparenzgebot in Zukunft genau zu beachten.

Österreichischer Presserat

Senat 1

Vors. Dr. Peter Jann

27.09.2016