



ÖSTERREICHISCHER
PRESSERAT

Senat 1

SELBSTÄNDIGES VERFAHREN AUFGRUND EINER MITTEILUNG EINES LESERS BZW. AUS EIGENER WAHRNEHMUNG

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 1 des Presserats aufgrund einer Mitteilung eines Lesers bzw. auf eigene Initiative ein Verfahren durch (selbständiges Verfahren aufgrund einer Mitteilung und aus eigener Wahrnehmung). In diesem Verfahren äußert der Senat seine Meinung, ob ein Artikel den Grundsätzen der Medienethik entspricht. Die Medieninhaberin der Tageszeitung „Kurier“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, Gebrauch gemacht.

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

ENTSCHEIDUNG

Der Senat 1 hat durch seinen Vorsitzenden Dr. Peter Jann und seine Mitglieder Mag.^a Carmen Baumgartner-Pötz, Prof. Paul Vécsei, Eva Weissenberger, Dr.ⁱⁿ Ilse Brandner-Radinger und Dr.ⁱⁿ Renate Graber in seiner Sitzung am 12.07.2016 nach Durchführung einer mündlichen Verhandlung im selbständigen Verfahren aufgrund einer Mitteilung bzw. aus eigener Wahrnehmung **gegen die „KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Ges.m.b.H.“**, Leopold-Ungar-Platz 1, 1190 Wien, als Medieninhaberin der Tageszeitung „Kurier“, vertreten durch Ruggenthaler, Rest & Borsky Rechtsanwälte OG, Biberstraße 22, 1010 Wien, wie folgt entschieden:

Das Verfahren wird eingestellt. Im Verfahren sind die folgenden Artikel der Beilage „Zweirad“ der Tageszeitung „Kurier“ vom 08.04.2016 geprüft worden:

- 1.) Titelbild „Adler verpflichtet“, Seite 1**
- 2.) Artikel „Schöne Grüße vom Comer See“, Seite 2**
- 3.) Artikel „Schönes Schalten“, Seite 3**

- 4.) Artikel „Die Schönheit liegt in der Natur“, Seite 4
- 5.) Artikel „Sport auf hohem Niveau“, Seite 4
- 6.) Artikel „Es geht noch breiter“, Seite 6
- 7.) Artikel „Finstere Geselle als weiße Leinwand“, Seite 6
- 8.) Artikel „Der goldene Weg der Mitte“, Seite 7
- 9.) Artikel „Das Ende der bösen Vibrationen“, Seite 8
- 10.) Artikel „KTM 690 Duke R: Einzylinder für Anspruchsvolle“, Seite 8
- 11.) Artikel „Scharfer Look und scharfe Töne“, Seite 12
- 12.) Artikel „Erst Training macht den Meister“, Seite 13
- 13.) Artikel „Der Reiz am immer Extremeren“, Seite 14.

BEGRÜNDUNG

Die oben genannten Artikel beschäftigen sich jeweils mit Produkten folgender Unternehmen:

- | | |
|--|-------------------|
| 1.) Titelseite „Adler verpflichtet“ | „Moto Guzzi“ |
| 2.) Artikel „Schöne Grüße vom Comer See“, Seite 2 | „Moto Guzzi“ |
| 3.) Artikel „Schönes Schalten“, Seite 3 | „Honda“ |
| 4.) Artikel „Die Schönheit liegt in der Natur“, Seite 4 | „Ducati“ |
| 5.) Artikel „Sport auf hohem Niveau“, Seite 4 | „Ducati“ |
| 6.) Artikel „Es geht noch breiter“, Seite 6 | „Harley Davidson“ |
| 7.) Artikel „Finstere Geselle als weiße Leinwand“, Seite 6 | „Harley Davidson“ |
| 8.) Artikel „Der goldene Weg der Mitte“, Seite 7 | „BMW“ |
| 9.) Artikel „Das Ende der bösen Vibrationen“, Seite 8 | „KTM“ |
| 10.) Artikel „KTM 690 Duke R: Einzylinder für Anspruchsvolle“, Seite 8 | „KTM“ |
| 11.) Artikel „Scharfer Look und scharfe Töne“, Seite 12 | „Piaggio“ |
| 12.) Artikel „Erst Training macht den Meister“, Seite 13 | „ÖAMTC“ |
| 13.) Artikel „Der Reiz am immer Extremeren“, Seite 14 | „KTM“. |

Darüber hinaus sind von den in den Artikeln behandelten Unternehmen folgende Inserate geschaltet:

- | | |
|---------------------|--|
| 1.) Moto Guzzi | Seite 1 |
| 2.) Ducati | Seite 2 sowie Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“ |
| 3.) Harley-Davidson | Seite 3 sowie Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“ |
| 4.) BMW | Seite 5 sowie Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“ |
| 5.) ÖAMTC | Seite 8, Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“ und Seite 14 |
| 6.) KTM | Seite 9 sowie Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“ |
| 7.) Honda | Seite 10 sowie Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“ |
| 8.) Piaggio | Seite 13 in der Rubrik „Zweiradshow“. |

Ein Leser hat kritisiert, dass seiner Ansicht nach aufgrund des Inserats von „Moto Guzzi“ auf der Titelseite eine Einflussnahme des inserierenden Unternehmens vorliegen könnte. Hinsichtlich der übrigen Artikel ist der Senat aus eigener Wahrnehmung tätig geworden.

Die Medieninhaberin hat in ihrer Stellungnahme den Vorwurf der Einflussnahme auf die Berichterstattung – von welcher Seite auch immer – zurückgewiesen.

Die Beilage „Zweirad“, in der die oben genannten Artikel und Inserate veröffentlicht worden sind, gehöre zur Rubrik „Motor“ und erscheine drei Mal jährlich. Die Verfasser der Artikel seien langjährige und honorierte Zweiradjournalisten, die detailliert recherchieren.

Die gegenständlichen Artikel seien nach Durchführung entsprechender Produkttests verfasst worden, wobei die Auswahl nach Aktualität, Relevanz und Verfügbarkeit erfolgt sei. Inhaltlich würden brandneue Modelle des Jahres 2016 behandelt, wobei viele der präsentierten Motorradmodelle vom „Kurier“ als einzige österreichische Tageszeitung vor der Markteinführung getestet worden seien. Darüber hinaus fänden sich in den gegenständlichen Artikeln auch kritische Anmerkungen.

Die Redakteure würden auch völlig getrennt und unabhängig von der Anzeigenabteilung arbeiten. Da die Zahl der in Österreich vertriebenen Motorradmarken aber überschaubar sei, sei es naheliegend, dass auch genau diese Hersteller Inserate schalten; die Anzeigenabteilung akquiriere natürlich Anzeigen, die zum Thema passen.

Des Weiteren würden im redaktionellen Teil auch Motorradmarken vorkommen, von denen keine Inserate geschaltet worden seien, ebenso wie es Inserate von Firmen gebe, die im redaktionellen Teil nicht vorkommen. Würde allein schon die Tatsache, dass ein Inserat und ein redaktioneller Beitrag zu derselben Marke in einer Ausgabe erscheinen, eine Einflussnahme nahelegen, wäre in Fachmagazinen de facto keine Berichterstattung mehr möglich.

Der Senat hält zunächst fest, dass allein die Tatsache, dass ein Inserat und ein redaktioneller Beitrag zu derselben Marke in einer Ausgabe erscheinen, für sich alleine genommen noch keinen Verstoß gegen den Ehrenkodex begründet. Wenn dies aber, wie im vorliegenden Fall, in gehäufte Form auftritt, erscheint eine genauere Prüfung im Rahmen eines Verfahrens angebracht.

Im gegenständlichen Fall hat der für die Beilage Verantwortliche Redakteur in der Verhandlung vor dem Senat die Angaben der Medieninhaberin des „Kurier“ bestätigt, wonach es keine Einflussnahme durch die Anzeigenabteilung oder durch einen Dritten auf den redaktionellen Inhalt gegeben habe.

Darüber hinaus hat der Redakteur erläutert, dass er zwar den Heftplan mit den für die Inserate reservierten Plätzen gesehen habe, in den meisten Fällen jedoch nicht gesehen habe, welche Werbung dort hinkommen werde. Das fertige Produkt mit allen eingefügten Inseraten habe er vor Drucklegung nicht mehr gesehen. Dies sei auch der Grund dafür, dass auf der ersten Seite als Titelbild das Foto eines Motorrades von „Moto Guzzi“ und darunter auch ein Inserat dieses Unternehmens erschienen sei. Hätte er darüber Bescheid gewusst, hätte er das abgeändert.

Diese Angaben erscheinen dem Senat glaubwürdig.

Als nächstes hat der Senat geprüft, ob die vorliegenden Testberichte über die Motorräder überwiegend Werbesprache enthalten.

In den Beiträgen gibt es durchaus Lob für die getesteten Motorräder, an manchen Stellen – wie von der Medieninhaberin auch vorgetragen worden ist – jedoch auch kritische Bemerkungen zu einzelnen Details und Eigenschaften der Maschinen. Die Testberichte enthalten keine Formulierungen, die nur an Werbung erinnern (siehe die Entscheidung des Senats 2 2015/018). Die Leserinnen und Leser werden über die Motorräder informiert. Innerhalb gewisser Grenzen kann über Unternehmen auch im redaktionellen Teil positiv berichtet werden, selbst wenn dadurch ein gewisser Werbeeffect für das Unternehmen erzielt wird (siehe den Fall 2015/60).

Der Senat würde es allerdings begrüßen, dass bei den Artikeln oder zumindest an einer gut sichtbaren Stelle der Beilage darauf hingewiesen wird, dass die durchgeführten Tests auf Einladung der Hersteller und mit frei zur Verfügung gestellten Maschinen erfolgt sind (dieser Umstand geht aus der Stellungnahme der Medieninhaberin hervor und ist auch vom verantwortlichen Redakteur bestätigt worden). Der Senat ruft in diesem Zusammenhang Punkt 4.5 des Ehrenkodex in Erinnerung, wonach in Berichten über Reisen, die auf Einladung erfolgt sind, auf diese Tatsache in geeigneter Form hingewiesen werden soll. Diese Art der Transparenz wäre auch bei Testberichten über Fahrzeuge wünschenswert.

Insgesamt betrachtet erkennt der Senat hier eine entsprechende redaktionelle Aufarbeitung und auch die erforderliche journalistische Distanz. Daher liegt weder eine Schleichwerbung noch eine Irreführung der Leserinnen und Leser vor. Nach Ansicht des Senats verstößt die Beilage somit nicht gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahme) des Ehrenkodex.

Das Verfahren wird somit gemäß § 20 Abs. 2 lit. c der Verfahrensordnung der Beschwerdesenate des Presserates eingestellt.

Österreichischer Presserat
Beschwerdesenat 1
Vorsitzender Dr. Peter Jann
12.07.2016