



ÖSTERREICHISCHER
PRESSERAT

Senat 1

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. Die Medieninhaberin von „Heute“ hat die Schiedsgerichtbarkeit des Presserats bisher nicht anerkannt.

Wien, 15.03.2019

CR Dr. Christian Nusser
AHVV Verlags GmbH
Per E-Mail

Sehr geehrter Herr CR Dr. Nusser!

Der Senat 1 des Presserats beschäftigte sich aufgrund einer Mitteilung einer Leserin mit dem Artikel „Gin-ial oder Gin-bumm? ‚Heute‘ testet neue ‚Alk-Wurst‘“, erschienen auf Seite 10 der Tageszeitung „Heute“ vom 04.10.2018, sowie mit dem auf der Titelseite derselben Ausgabe erschienenen Foto mit dem Titel „Diese Wurst gibt dem Leben Gin“.

In dem Artikel wird berichtet, dass „Radatz und die ‚Kesselbrüder‘, Erfinder des Kultgetränks ‚Wien Gin‘“ gemeinsame Sache machen und einen Schinken „mit einem Hauch Alkohol, aber ohne Promille“ anbieten würden. „Heute“ habe die „gin-iale Kreationen, die nicht nur Männerherzen höher schlagen lassen“, verkostet. Die neue Produktlinie habe Suchtpotential, der „hauchdünne GINken, ein Beinschinken mit Holundernote“ eigne sich „optimal als Begleiter zum Drink oder für eine Jausensmahlzeit mit Kick. Die (P)Rost-Bratwürstel mit Wacholder“ würden „angenehm würzig“ schmecken, „ die dünnen Kabanossi passen eigentlich immer“. Auch Robert Palfrader habe der „Durst-

Wurst“ seinen Segen gegeben, als Cousin der Familie Radatz habe er „schon einige GINkenbrote“ genossen.

Die Leserin kritisiert, dass es sich ihrer Ansicht nach hier um eine verdeckte Werbung handle.

Der Senat leitete im vorliegenden Fall kein Verfahren ein. Im Artikel werden zwar zahlreiche Formulierungen verwendet, die an Werbesprache erinnern und die Produkte werden überaus positiv dargestellt. Da es sich jedoch um ein neues Produkt handelt, hat der Beitrag auch einen gewissen Neuigkeits- und Informationswert für die Leserinnen und Leser.

Dennoch weist Sie der Senat auf die Kritik der Leserin hin und ruft in Erinnerung, dass redaktionelle Inhalte und Werbung strikt voneinander zu trennen sind. Werbekooperationen sind klar als solche zu kennzeichnen, um eine Irreführung der Leserinnen und Leser zu vermeiden.

Dieser Brief wird auf der Webseite des Presserats veröffentlicht.

Mit freundlichen Grüßen,



Dr. Alexander Warzilek, GF