



ÖSTERREICHISCHER  
PRESSERAT

Senat 1

## **SELBSTÄNDIGES VERFAHREN AUFGRUND EINER MITTEILUNG EINER LESERIN**

*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 einer Leserin ein Verfahren durch (selbständiges Verfahren aufgrund einer Mitteilung). In diesem Verfahren äußert der Senat seine Meinung, ob eine Veröffentlichung den Grundsätzen der Medienethik entspricht. Die Medieninhaberin von „OE24“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, keinen Gebrauch gemacht.*

*Die Medieninhaberin von „OE24“ hat die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats anerkannt.*

# **ENTSCHEIDUNG**

Der Senat 1 hat durch seinen Vorsitzenden Dr. Peter Jann und seine Mitglieder Dr.<sup>in</sup> Ilse Brandner-Radinger, Dr.<sup>in</sup> Renate Graber, Mag. Elias Resinger, Dr.<sup>in</sup> Tessa Prager und Mag. Christian Uchann in seiner Sitzung am 09.10.2019 **im selbständigen Verfahren gegen die „Mediengruppe ‚Österreich‘ GmbH“**, Friedrichstraße 10, 1010 Wien, als Medieninhaberin der Tageszeitung „OE24“, wie folgt entschieden:

Der Artikel **„Trendige Möbel für das Kinder- und Jugendzimmer“**, erschienen am 09.08.2019 auf Seite 18 der Tageszeitung „OE24“, **verstößt gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahmen) des Ehrenkodex für die österreichische Presse.**

## BEGRÜNDUNG

Im oben genannten Beitrag wird über Möbel für Kinder- und Jugendzimmer berichtet, wobei insbesondere auf Schreibtische und Sessel eingegangen wird. Dazu sind mehrere Zitate einer „Einrichtungsexpertin [...] von kika Wien“ und einer Mitarbeiterin von „kika Lax“ angeführt. Eines der Zitate lautet: „Wir unterstützen unsere Kunden gern, um gemeinsam mit den Kunden ein passendes Design- und Farbkonzept auszuarbeiten“. Zu Beginn des Artikels wird angemerkt, dass es für Kunden bei den „kika Family Days [...] die Mehrwertsteuer auf Ihren Einkauf geschenkt“ und eine Gewinnchance auf einen Familienurlaub gebe. Dies wird auch am Ende des Artikels nochmals erwähnt, außerdem werden weitere Informationen zum Gewinnspiel angeführt. Für zusätzliche Informationen wird auf die Webseite „kika.at“ verwiesen.

Dem Artikel sind drei Fotos mit Möbeln beigelegt, wobei auch jeweils die Preise angegeben sind. Als Fotocredit ist „kika“ angegeben.

In einem blauen Balken am oberen Rand der Seite findet sich der Text „FAMILYDAYS“, etwas darunter und kleiner in einem roten Balken der Text „Family Days bei kika mit Gewinnspiel“ sowie das Logo der Firma „kika“.

Eine Kennzeichnung als „Werbung“ oder dergleichen ist nicht erfolgt.

Eine Leserin wandte sich an den Presserat und kritisierte, dass es sich hier um Werbung für „kika“ handle, die jedoch nicht als solche gekennzeichnet sei. Layout und Aufbau würden auf einen redaktionellen Beitrag schließen lassen.

Die betroffene Medieninhaberin gab keine Stellungnahme ab und nahm auch nicht an der mündlichen Verhandlung vor dem Senat teil.

Der Senat hält zunächst fest, dass es bei journalistischen Darstellungen für die Leserinnen und Leser klar sein muss, ob es sich um Tatsachenberichte oder um Fremdmeinungen handelt (Punkt 3.1 des Ehrenkodex). Darüber hinaus ist die Einflussnahme Außenstehender auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags unzulässig (Punkt 4.1 des Ehrenkodex). Zudem dürfen wirtschaftliche Interessen des Verlages redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder die Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnten (Punkt 4.4 des Ehrenkodex). Schließlich dürfen geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitern gemäß Punkt 11 des Ehrenkodex keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben.

Aus diesen Bestimmungen ergibt sich, dass es den Leserinnen und Lesern möglich sein muss, zwischen (bezahlter) Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können (siehe z.B. die Entscheidungen 2014/187, 2015/018, 2015/096, 2015/234, 2017, 028, 2017/089, 2017/238).

Der Möbelanbieter „kika“ ist durch das im Artikel beigelegte Logo, die Namensnennung im Text sowie die Anführung des Weblinks der Firma im Beitrag genau identifizierbar. Auf den beigelegten Fotos werden spezifische Möbel der Firma „kika“ gezeigt, die im Bildtext beschrieben werden. Zudem werden auch die Preise angeführt. Den Leserinnen und Lesern gegenüber werden die Möbel wie in

einer Werbebroschüre präsentiert; die verschiedenen Ausstattungsmerkmale werden angepriesen. Darüber hinaus wird auf die „kika Family days“ und das dort angebotene Gewinnspiel hingewiesen. Am Ende des Beitrags wird der Weblink der Firma angeführt, wodurch die Leserinnen und Leser augenscheinlich dazu eingeladen werden, sich über die Angebote genauer zu informieren.

Der Senat kann im Artikel weder eine unbeeinflusste redaktionelle Aufarbeitung noch die erforderliche journalistische Distanz erkennen. Der Möbelanbieter „kika“ bzw. die dort erhältlichen Möbel werden durchwegs positiv und völlig unkritisch dargestellt. Die Werbesprache überwiegt eindeutig. Da der Beitrag in Hinblick auf die Gestaltung und das Schriftbild wie ein redaktioneller Artikel aufbereitet wurde, hätte eine Kennzeichnung als „Werbung“, „bezahlte Anzeige“ oder dergleichen erfolgen müssen. Dass der Beitrag in der Rubrik „Family Days“ veröffentlicht wurde, reicht als Kennzeichnung nicht aus. Die aus medienethischer Sicht erforderliche Unterscheidbarkeit zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten wurde hier missachtet. Der Beitrag verstößt somit gegen das Gebot der Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten (siehe die Punkte 3 und 4 des Ehrenkodex).

Der Senat stellt den Verstoß gemäß § 20 Abs. 2 lit. a der Verfahrensordnung der Beschwerdesenate des Presserates fest und fordert die **„Mediengruppe ‚Österreich‘ GmbH“** gemäß § 20 Abs. 4 der VerFO auf, die Entscheidung **freiwillig im Medium zu veröffentlichen oder bekanntzugeben**.

Österreichischer Presserat  
Beschwerdesenat 1  
Vorsitzender Dr. Peter Jann  
09.10.2019