

SELBSTÄNDIGES VERFAHREN AUFGRUND EINER 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 führte der Senat 3 des Presserats aufgrund einer Mitteilung eines Lesers 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.at“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, keinen Gebrauch gemacht.

Die Medieninhaberin von „oe24.at“ hat die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats bisher nicht anerkannt.

ENTSCHEIDUNG

Der Senat 3 hat durch seine Vorsitzende Dr.ⁱⁿ Ilse Huber und seine Mitglieder Mag.^a Birgit Entner-Gerhold, Mag. Michael Jungwirth, Christopher Wurmdobler und Christa Zöchling in seiner Sitzung am 28.11.2019 **im selbständigen Verfahren gegen die „oe24 GmbH“**, Friedrichstraße 10, 1010 Wien, als Medieninhaberin von „oe24.at“ wie folgt entschieden:

Die Artikel „**Hofer bringt High-End-Gaming-PC**“ und „**Hofer verkauft erstmals einen 3D-Drucker**“, erschienen am 18. bzw. 19.09.2019 auf „oe24.at“, **verstoßen gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahmen) des Ehrenkodex für die österreichische Presse.**

BEGRÜNDUNG

Im Artikel „Hofer bringt High-End-Gaming-PC“ wird berichtet, dass Hofer „[p]assend zur kühlen Jahreszeit [...] die Videospieler ins Visier“ nehme und „ab 26. September eine High-End-Gaming-PC, der selbst Hardcore-Zocker absolut zufrieden stellen dürfte“, verkaufe. Im Anschluss daran werden die technischen Daten des Gerätes detailliert dargestellt. Im letzten Absatz wird der Preis genannt und angemerkt, dass das Gerät in den Filialen sowie online bestellbar sei, die Zustellung im Preis inkludiert sei und es kein Schleuderpreis sei, sich das Preis-Leistungs-Verhältnis aber sehen lassen könne. Dem Artikel sind Fotos des Geräts mit dem Fotocredit „Hofer / Medion“ beigelegt.

Im Artikel „Hofer verkauft erstmals einen 3D-Drucker“ wird angemerkt, dass Hofer „seit Jahren laufend Technikprodukte“ verkaufe. Nun wage er sich auf ein für ihn neues Terrain und verkaufe erstmals einen 3D-Drucker für Privatanwender. Dazu werden im Artikel auch Beispiele genannt, was man mit einem solchen Gerät alles drucken könne, dass es online fertige Entwürfe dafür gebe und man auch selbst Gegenstände designen und ausrucken könne. Es werden einige technische Daten und der Preis des Geräts angeführt, das man ab 26. September in den Filialen oder online bestellen könne.

Ein Leser wandte sich an den Presserat und kritisierte, dass es sich bei den Artikeln um nicht gekennzeichnete Werbung handle.

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

Der Senat ersuchte die Geschäftsführung der Firma Hofer um Informationen zu den Beiträgen. Insbesondere bat der Senat um Auskunft, ob es sich um bezahlte Beiträge oder Beiträge im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Medium und Hofer gehandelt habe. Die Geschäftsführerin merkte in ihrer Stellungnahme an, dass sowohl zum 3D-Drucker wie zum „High-End-Gaming-PC“ Presseausendungen im Rahmen des Tagesgeschäfts erstellt worden seien. Diese Ausendungen seien am 18. bzw. 19.09.2019 an einen breiten Adressatenkreis aus ausgewählten österreichischen Medien versandt worden. Wenngleich es natürlich im Interesse von Hofer sei, entziehe es sich dessen Einflussbereich, ob ein Medium eine Presseausendung in der Berichterstattung aufgreife. Abschließend wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Berichterstattung auf „oe24.at“ nicht im Rahmen einer Kooperation zustande gekommen sei und es sich dabei auch nicht um bezahlte Beiträge handle.

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 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 Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können. Dabei tut es nichts zur Sache, ob für einen redaktionellen Werbebeitrag tatsächlich Geld entrichtet wurde. Auch wenn eine Werbung allein

aus Gefälligkeit erbracht wird, ist sie als solche zu kennzeichnen (siehe z.B. die Entscheidungen 2014/187; 2017/028; 2017/089; zuletzt 2019/048).

Sowohl der 3D-Drucker wie auch der „High-End-Gaming-PC“ sind durch die Angabe des Herstellers sowie der Typenbezeichnung genau identifizierbar. Zudem wird die Handelskette angeführt, die es anbietet. Den Leserinnen und Lesern gegenüber werden die dargestellten Geräte wie in einer Werbebroschüre präsentiert; die verschiedenen Ausstattungsmerkmale werden angepriesen. Darüber hinaus werden die Geräte in den Beiträgen auch abgebildet.

Die Gerätepreise werden in beiden Beiträgen explizit genannt. Der 3D-Drucker wird als „günstiges Einstiegsgerät“ bezeichnet; daneben wird angemerkt, dass die Zustellung des Geräts im Preis enthalten sei. Hinsichtlich des „Hand-End-Gaming-PC“ wird berichtet, dass sich das Preis-/ Leistungsverhältnis wirklich sehen lasse könne, zu Beginn wird dieser gar als „Absolutes Performance-Monster“ betitelt. Ebenfalls wird das Datum des Starts der Verkaufsaktion angeführt.

Der Senat kann in beiden Beiträgen weder eine unbeeinflusste redaktionelle Aufarbeitung noch die erforderliche journalistische Distanz erkennen. Die Geräte werden durchwegs positiv und völlig unkritisch dargestellt, die Werbesprache überwiegt eindeutig. Nach Auffassung des Senats sollten die Leserinnen und Leser zum Kauf animiert werden. Da die Beiträge im Hinblick auf die Gestaltung und das Schriftbild wie ein redaktioneller Artikel aufbereitet wurden, hätte eine Kennzeichnung als „Werbung“, „bezahlte Anzeige“ oder dergleichen erfolgen müssen. Die aus medienethischer Sicht erforderliche Unterscheidbarkeit zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten wurde hier missachtet. Die Beiträge verstoßen 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 „**oe24 GmbH**“ gemäß § 20 Abs. 4 der VerfO auf, die Entscheidung **freiwillig auf „oe24.at“ zu veröffentlichen oder bekanntzugeben.**

Österreichischer Presserat
Beschwerdesenat 3
Vorsitzende Dr.ⁱⁿ Ilse Huber
28.11.2019