

Senat 2

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 2 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 des „Oberösterreich Magazin“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, Gebrauch gemacht.

Die Medieninhaberin des „Oberösterreich Magazin“ hat die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats bisher nicht anerkannt.

ENTSCHEIDUNG

Der Senat 2 hat durch seine Vorsitzende Mag.^a Andrea Komar und seine Mitglieder Eva Gogala, Anita Kattinger, Arno Miller, Hans Rauscher und Mag.^a Ina Weber in seiner Sitzung am 27.09.2022 nach Durchführung einer mündlichen Verhandlung im selbständigen Verfahren gegen die „**VGN Medien Holding GmbH**“, Taborstraße 1-3, 1020 Wien, als Medieninhaberin des „Oberösterreich Magazin“, wie folgt entschieden:

Der Beitrag „**Emissionsfrei zum perfekten Rasen im Garten**“, erschienen auf den Seiten 22 und 23 der Ausgabe 3/2022, **verstößt gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahme) des Ehrenkodex für die österreichische Presse.**

BEGRÜNDUNG

Im oben genannten Beitrag heißt es einleitend, dass der Gerätehersteller „Husqvarna“ die neueste Generation akkubetriebener Rasenmäher und Trimmer präsentiert; frisch zum Saisonstart frische Husqvarna sein Angebot auf – „(a)us Liebe zum Grün“. In der Folge werden die Geräte „110iL-Rasentrimmer“ und der Akku-Rasenmäher „LC 142i/iS“ beschrieben und deren Ausstattungsmerkmale angepriesen. Am Ende wird der Autor des Beitrags angeführt.

Dem Beitrag sind zwei Fotos beigelegt, auf denen die oben genannten Geräte gezeigt werden. Der Beitrag wurde in der Rubrik „Märkte“ veröffentlicht; auf der zweiten Seite wird der Beitrag links unten in kleiner Schriftgröße senkrecht als „Entgeltliche Einschaltung“ ausgewiesen. Außerdem wird darauf hingewiesen, dass die Fotos von „Husqvarna“ zur Verfügung gestellt wurden.

Ein Leser wandte sich an den Presserat und kritisierte, dass der Beitrag nicht ausreichend als Werbung gekennzeichnet sei. Sowohl die Aufmachung des Beitrags als auch die Nennung des Autors würden suggerieren, dass es sich dabei um einen redaktionellen Artikel handle, so der Leser.

Die Medieninhaberin nahm am Verfahren vor dem Presserat teil. In einer schriftlichen Stellungnahme führte ihre Geschäftsführerin aus, dass man den Beitrag gemäß den Vorgaben des § 26 MedienG als „Entgeltliche Einschaltung“ gekennzeichnet habe; diese Kennzeichnung wäre deutlich genug sichtbar, zumal sie in Großbuchstaben abgedruckt worden sei. Weiters sei bereits aus dem Subtitel („Husqvarna stellt die neueste Generation [...] vor“) eine inhaltliche Ableitung der genannten Firma ableitbar, ebenso werde die Firma „Husqvarna“ als Fotoquelle transparent genannt.

Vorab merkt der Senat an, dass die Entscheidungsgrundlage für die Senate des Presserats ausschließlich der Ehrenkodex für die österreichische Presse ist (vgl. Punkt 1.2 des Ehrenkodex). Der Presserat grenzt sich als Selbstkontrollenrichtung der Branche bewusst von staatlichen Behörden und Gerichten ab. Er befasst sich nicht mit rechtlichen, sondern mit medienethischen Fragen, zumal die Medienethik auch weiter reichen kann als das Medienrecht. Das Vorbringen der Medieninhaberin, dass der Beitrag nach den mediengesetzlichen Vorgaben ordnungsgemäß gekennzeichnet wurde, läuft somit ins Leere (vgl. u.a. auch die Entscheidungen 2020/295, 2020/306 und 2020/S008-II).

Aus medienethischer Sicht muss es bei journalistischen Darstellungen für die Leserinnen und Leser klar sein, 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). Weiters 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 keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben (Punkt 11 des Ehrenkodex).

Auf Grundlage dieser Bestimmungen muss es den Leserinnen und Lesern prinzipiell möglich sein, zwischen (bezahlter) Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können. Sofern ein Beitrag in Hinblick auf Gestaltung und Schriftbild wie ein redaktioneller Artikel aufbereitet wurde, ist dieser entsprechend zu kennzeichnen, z.B. durch die Bezeichnung als „Werbung“, „Entgeltliche Anzeige“, oder dergleichen (siehe z.B. die Entscheidungen 2014/187, 2015/018, 2015/234, 2019/137

und 2022/060). Nach der Entscheidungspraxis des Presserats darf die Kennzeichnung allerdings nicht derart klein ausfallen, dass ein Großteil der Leserinnen und Leser diese übersieht; sofern der Aufmerksamkeitswert einer Kennzeichnung als „Anzeige“ o.ä. zu gering ist, kann ebenfalls ein Verstoß gegen den Ehrenkodex vorliegen (so bereits u.a. in den Entscheidungen 2015/096 und 2017/238).

Im vorliegenden Fall vertritt der Senat die Ansicht, dass die Kennzeichnung der Veröffentlichung als bezahlter Beitrag nicht ausreicht: Die Bezeichnung als „Entgeltliche Einschaltung“ links unten senkrecht in äußerst kleiner Schriftgröße fällt nicht auf und ist kaum lesbar; dass hierfür Großbuchstaben verwendet wurden, fällt entgegen der Meinung der Medieninhaberin nicht weiter ins Gewicht. Die Veröffentlichung gleicht in ihrem Schrift- und Erscheinungsbild einem redaktionellen Beitrag. Nach Auffassung des Senats sprechen dafür v.a. die Aufmachung (inklusive Überschrift und Vorspann) und auch die Nennung des Autors am Ende des Beitrags, wie dies auch vom Leser zutreffend kritisiert wurde.

Zusammenfassend hält der Senat fest, dass hier die tatsächlichen Verhältnisse im Beitrag verschleiert und die Leserinnen und Leser in die Irre geführt wurden. Der Senat stellt daher einen **Verstoß gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahme) des Ehrenkodex** gemäß § 20 Abs. 2 lit. a der Verfahrensordnung der Beschwerdesenate des Presserates fest.

Die „**VGN Medien Holding GmbH**“ wird gemäß § 20 Abs. 4 der VerFO aufgefordert, die Entscheidung **freiwillig im „Oberösterreich Magazin“ zu veröffentlichen.**

Österreichischer Presserat
Beschwerdesenat 2
Vorsitzende Mag.^a Andrea Komar
27.09.2022