

## **PR-Ethik-Rat zu Mediaprint: Entgeltliche Sonderbeilage für LeserInnen nicht als bezahlte Veröffentlichung erkennbar**

(Wien, 8. November 2018) – In einem Beschwerdefall betreffend die Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GesmbH & Co KG spricht der PR-Ethik-Rat eine öffentliche Mahnung aus. Dabei sind Titelseite, Layout und Schriftbild einer von Mediaprint publizierten achtseitigen Sonderbeilage sehr ähnlich jener der Tageszeitung Kurier gestaltet, die Inhalte sind journalistisch aufbereitet. Ein Hinweis auf die Entgeltlichkeit der Beilage findet sich hingegen nur einmal kleingedruckt im Impressum. Aus Sicht des PR-Ethik-Rats ist für MedienkonsumentInnen nahezu nicht erkennbar, dass es sich bei dieser Berichterstattung ausschließlich um bezahlte Inhalte handelt. Dieses Vorgehen widerspricht klar dem Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria (PRVA), in dem die Erkennbarkeit von bezahlten Informationsflächen gefordert wird.

In der dem PR-Ethik-Rat vorliegenden Beschwerde geht es um eine Beilage der Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GesmbH & Co KG, die im Dezember 2017 erschienen ist und im Rahmen einer „Themenwoche“ auf acht Seiten Informationen rund um die Stadt Wien vermittelt.

Dabei ist die Beilage deutlich im redaktionellen Layout der Tageszeitung Kurier gestaltet: Auf dem Titelblatt sind das Logo und die Farbgebung der Tageszeitung Kurier deutlich erkennbar und Layout und Schriftbild der gesamten Beilage entsprechen weitgehend jenem der Tageszeitung. Die Inhalte sind journalistisch und im Stil der Tageszeitung aufbereitet. Im Gegenzug dazu ist nur ein einziger Hinweis auf eine bezahlte Kooperation einmal kleingedruckt am unteren Seitenrand zu finden. Auf den ersten Blick erscheint dem Rezipienten die Beilage damit als redaktioneller Teil der Tageszeitung. Dass es sich dabei um eine bezahlte Kooperation handelt, ist für Medienkonsumenten auf den ersten Blick nicht wahrnehmbar.

In dieser unverhältnismäßig geringen Kennzeichnung sieht der PR-Ethik-Rat einen klaren Verstoß gegen den Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria (PRVA), der in Absatz 9 festhält:

*„Bezahlte Informationsflächen müssen als solche erkennbar gemacht sein. Unzulässige Schleichwerbung liegt dann vor, wenn für die Darstellung eines Unternehmens, eines Produktes oder einer Dienstleistung in den redaktionellen Teilen der Medien ein Platzierungsentgelt bezahlt wird, ohne dass dies für Leser, Hörer oder Zuschauer erkennbar ist.“*

Aus diesem Grund hat der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations beschlossen, zu diesem konkreten Fall eine öffentliche Mahnung gegenüber Mediaprint auszusprechen. Der PR-Ethik-Rat wird den Sachverhalt auch an die Behörde zur Prüfung, ob ein Verstoß gegen §26 Mediengesetz hinsichtlich der Kennzeichnungspflicht vorliegt, weiterleiten.

### **Über den PR-Ethik-Rat**

Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations steht für die freiwillige Selbstkontrolle der heimischen PR-Fachleute. Er überwacht die Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit, untersucht Streitfälle, zeigt Fehlverhalten und Missstände auf. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit liegt darin, Positionen, Prinzipien und Definitionen ethisch korrekten Verhaltens in der PR auszuarbeiten und zu publizieren. Besonders gilt dies für jene Bereiche, in denen ethische Standards (noch) fehlen oder unklar definiert sind. Der PR-Ethik-Rat wird aufgrund von Beschwerden tätig und greift auch selbst Fälle auf. Dem Rat gehören 12 Mitglieder aus allen Bereichen der Gesellschaft an.

### **Rückfragen:**

Dr. Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats  
Peter Kleemann, stv. Vorsitzender des PR-Ethik-Rats  
Tel Büro PR-Ethik-Rat: +43 699 19 74 93 71  
Mail: office@prethikrat.at  
Website: www.prethikrat.at