

## **Verfahren gegen die „Krone Bunt“ vom 31. Jänner 2012**

### **Sachverhalt und Verfahren**

(Wien, 26. März 2013) – Am 31. Jänner 2012 ging beim Österreichischen Ethik-Rat für Public Relations folgende Beschwerde ein: In der Kronen Zeitung vom 30. Oktober 2011, „Krone Bunt“, Reiseteil, wird auf Seite 75 über das Kreuzfahrtschiff „Costa Romantica“ berichtet, das längere Zeit außer Betrieb war, da es umgebaut wurde. Nun sei das Schiff als „Costa NeoRomantica“ wieder einsatzbereit, mit hochmoderner Ausstattung und im neuen Glanz. In der Folge werden die Routen des Schiffes angepriesen. Das Schiff, das zu Costa-Kreuzfahrten gehört, wird in sehr positivem Licht dargestellt, ebenso wie die Fahrten, die mit diesem Schiff angeboten werden (Anm: Es wird über ein konkretes Angebot mit Nennung des Preises berichtet).

Dieser Artikel ist im redaktionellen Teil „Reisen“ der Kronen Zeitung erschienen, ohne Kennzeichnung, dass es sich hierbei um eine entgeltliche Einschaltung handelt. Diese Vermutung liegt jedoch nahe, da am Ende des Artikels der Webauftritt des Kreuzfahrten-Anbieters aufgelistet ist. Des Weiteren geht es in diesem Artikel nur um ein bestimmtes Schiff und um ein bestimmtes Kreuzfahrtunternehmen und dessen angebotene Fahrten. Die Vermutung einer entgeltlichen Einschaltung verstärkt sich durch eine Anzeige des Unternehmens „Costa-Kreuzfahrten“ auf Seite 79, welches kurz vorher im redaktionellen Teil positiv erwähnt wurde.

Der PR-Ethik-Rat hat Herausgeber und Chefredakteur, Dr. Christoph Dichand, sowie Costa-Kreuzfahrten um Stellungnahmen ersucht. Trotz mehrfacher Urgenz liegt dem Rat keine Stellungnahme der „Krone Bunt“ vor.

### **Spruch und Begründung**

In seiner Stellungnahme gibt der Reiseveranstalter an, dass „Costa-Kreuzfahrten regelmäßig Anzeigen in Krone bunt bucht [...]. Bei dem genannten Bericht ‚Wunderschöne Ziele im neuen Kleid‘ auf Seite 75 handelt es sich jedoch nicht um ein gekauftes Inserat, sondern um einen redaktionellen Bericht, verfasst von der Reisedirektion von Krone Bunt. [...] Noch zu Ihrer weiteren Information, kurz vor Erscheinen der genannten Ausgabe wurde eine Pressemeldung verschickt, in der auch Informationen zur ‚Costa neoRomantica‘ enthalten waren“.

Aufmachung und Umfeld des redaktionellen Berichts (lobende Darstellung des Schiffes und seiner Routen, Veröffentlichung eines konkreten, mit Preis versehenen Angebots einer Kreuzfahrt, siebenfache Erwähnung des Namens „Costa“ bzw. „Costa neoRomantica“ sowie das Inserat von „Costa Kreuzfahrten“ in derselben Ausgabe) lassen nach Meinung des PR-Ethik-Rats unter Zugrundelegung der herrschenden Praxis den Schluss zu, dass ein direkter Zusammenhang zwischen Inseraten und redaktionellem Bericht gegeben ist. Für die Leserinnen und Leser gibt es keine wie immer geartete Kennzeichnung, dass der Artikel in Zusammenhang mit finanziellen Zuwendungen

steht. Auch in seiner optischen Aufmachung unterscheidet sich der Beitrag in keiner Weise von anderen redaktionellen Berichten im Reisetil der „Krone Bunt“.

Für den sehr werblich aufgemachten Bericht gibt es keine erkennbare redaktionelle Begründung. Der PR-Ethik-Rat vertritt die Auffassung, dass die Glaubwürdigkeit der Medien als wichtige Informationsquelle der Leserinnen und Leser einen besonders sorgfältigen Umgang mit PR-Unterlagen von Unternehmen gebietet. In der Medienarbeit hat auch das beteiligte Unternehmen für die Einhaltung der ethischen Richtlinien Verantwortung wahrzunehmen.

Der Rat rügt daher die „Krone Bunt“ und Costa-Kreuzfahrten für mangelnde Transparenz bei der Trennung von Werbung und Redaktion und Irreführung der Leserinnen und Leser.

*Im § 26 Mediengesetz ist die Trennung von redaktionellen und bezahlten (werbenden) Inhalten geregelt. Zur Kennzeichnungspflicht heißt es: „Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, müssen in periodischen Medien als Anzeige, entgeltliche Einschaltung oder Werbung gekennzeichnet sein, es sei denn, dass Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können.“*

*Gemäß dem Trennungsgrundsatz sind bezahlte Informationsflächen also entsprechend zu kennzeichnen, weil andernfalls unzulässige Schleichwerbung vorliegt. Dieser Bericht weist keine derartige Kennzeichnung auf und unterscheidet sich auch in seiner optischen Aufmachung in keiner Weise von anderen redaktionellen Berichten im Blatt.*

*In den §§ 9 und 10 des Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria heißt es: „Bezahlte Informationsflächen als solche erkennbar gemacht sein müssen. 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“ und weiter: „Koppelungsgeschäfte sind nicht zulässig. Sie liegen dann vor, wenn finanzielle Zuwendungen an ein Medium von redaktioneller Berichterstattung bzw. wenn Berichterstattung von finanziellen Zuwendungen abhängig gemacht wird.“*