

www.prethikrat.at

Verfahren gegen ÖSTERREICH, Ausgabe Salzburg, vom 15. Jänner 2013

Sachverhalt und Verfahren

(Wien, 7. Februar 2014) – Gegenstand der Rüge ist eine Beschwerde, die am 15. Jänner 2013 beim PR-Ethik-Rat eingegangen ist. Der Beschwerdeführer führt folgendes aus (Zitat):

„In der Österreich Salzburg vom 13. Jänner 2013 erscheinen auf den Seiten 25 und 26 unter der Rubrik „Lehrlings-Offensive“, die de facto NICHT als entgeltliche Einschaltung/Sonderbeilage, o.ä. gekennzeichnet ist und EXAKT dasselbe Layout wie alle anderen redaktionellen Inhalte der genannten Zeitung aufweist, Tipps für die richtige Lehrlings-Arbeitgebersuche. Dabei wird auch – OHNE jede Kennzeichnung – für einzelne Arbeitgeber wie Porsche (Seite 25 oben), Ströck (Seite 25 unten), die Stadt Wien (Seite 26 Mitte) und Hofer (Seite 26 unten) in höchsten Tönen geworben. Dass es sich hierbei nicht nur um die fehlende Kennzeichnung von Werbung handelt, sondern um die nicht zulässige Strategie, Anzeigenkunden ein Zuckerl in Form redaktionellen Goodwills zu beschenken, ist darin ersichtlich, dass auf den Seiten 27, 28, 29, 30 und 31 die Firma Porsche eine ganzseitige Annonce und die Stadt Wien sage und schreibe 4 ganzseitige Annoncen schaltet. Hier wird dann, wie aus dem Scan Seite 27 ersichtlich, sehr wohl auf die Kennzeichnungspflicht geachtet. Warum aber nicht auf den angeblich redaktionell gestalteten Seiten 25 und 26? Diese Form von Pseudo-Journalismus diskreditiert die Glaubwürdigkeit eines ganzen Berufsstandes.“

Zu ergänzen ist, dass die im redaktionellen Bericht bevorzugt behandelten Arbeitgeber ohne Ausnahme Inserate geschaltet haben: Porsche und die Stadt Wien/Wiener Stadtwerke wurden oben bereits angeführt, das Inserat von Hofer findet sich auf Seite 25, jenes von Ströck auf Seite 26.

Der PR-Ethik-Rat hat die Chefredaktion der Tageszeitung ÖSTERREICH um Stellungnahme zu dieser Beschwerde ersucht, bis dato ist keine Antwort beim Rat eingelangt.

Spruch und Begründung

Der PR-Ethik-Rat schließt sich der Meinung des Beschwerdeführers an und sieht in diesem Vorgehen einen Fall von Gefälligkeitsberichterstattung und damit fehlender Transparenz zwischen kommerziellen Interessen und redaktioneller Berichterstattung. Das Ansinnen, Lehrlingen durch eine entsprechende Berichterstattung zu einer Lehrstelle zu verhelfen, ist löblich. Dabei darf jedoch nicht missachtet werden, dass durch die bevorzugte Behandlung von Inseratenkunden mittels großzügiger (ungekennzeichneter) Erwähnungen im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung Leserinnen und Leser über die wahren Zusammenhänge im Unklaren gelassen werden. Der Ethik-Rat vertritt die Meinung, dass in dem Bericht redaktionelle Inhalte von wirtschaftlichen Interessen des Verlags beeinflusst wurden, was gegen die Grundsätze journalistischer Arbeit aber auch gegen ethische Kodizes der Kommunikationsbranche verstößt. Daher kommt auch den beteiligten Unternehmen eine Mitverantwortung zu.

Der PR-Ethik-Rat rügt die Tageszeitung ÖSTERREICH öffentlich wegen Gefälligkeitsberichterstattung und Täuschung der Leser/innen.