

[www.prethikrat.at](http://www.prethikrat.at)

## **Verfahren gegen die Kronen Zeitung vom 17. Oktober 2013 (Rüge)**

**Beilage „hairlights“**

### **Sachverhalt und Verfahren**

(Wien, 18. Dezember 2014) – Gegenstand des Verfahrens ist eine Beschwerde, die dem PR-Ethik-Rat am 12. November 2013 vom Werberat weitergeleitet wurde. Der Beschwerdeführer führt folgendes aus (Zitat):

*„[...] Da ich mich, als Konsument, durch eine Werbemaßnahme der „Kronen Zeitung“ belästigt und irregeführt sehe, lege ich hiermit eine Beschwerde ein. In ihrer Ausgabe vom 17. Oktober 2013 legte die „Kronen Zeitung“ ein Journal bei, das mit dem Titel „hairlights“ gekennzeichnet war. In dem Journal werden den Konsumenten Frisuren-Trends und Styling-Tipps näher gebracht. Bei allen beschriebenen Produkten zur Haarpflege, wie Shampoo, Haarfarben oder Haarspray, verweist das Journal aber immer nur auf Produkte einer einzelnen Marke, nämlich die, der Firma „Syoss“. [...] Da im Journal mehrere ganzseitige Anzeigen der Firma „Syoss“ zu finden sind, liegt der Verdacht nahe, dass hier eine gezielte und bezahlte Werbemaßnahme durchgeführt wird, ohne dies ausreichend zu kennzeichnen. Der Werberat hat jedoch in seinen allgemeinen Werbegrundsätzen mit Punkt 9 festgelegt, dass Werbung als solche klar zu erkennen sein muss. Aus diesem Grund sehe ich beim beschriebenen Sachverhalt einen eklatanten Verstoß gegen die Grundsätze dieses Ehrenkodex. [...] Sie (die Kronenzeitung, Anm.) soll also zukünftig unterlassen, durch ein Journal, das auf der Titelseite sogar mit dem Logo der Zeitung gekennzeichnet ist, für Produkte einer bestimmten Marke zu werben, ohne dies ordnungsgemäß zu kennzeichnen.“*

Die Kronen-Zeitung und der Medieninhaber der Beilage, die „November Design & PR GmbH“, wurden um Stellungnahme zu dieser Beschwerde ersucht, haben sich aber am Verfahren nicht beteiligt.

### **Spruch und Begründung**

Bei dem angesprochenen Produkt handelt es sich um eine Werbebeilage der Firma Syoss. Das ist durch die Gestaltung des Innenteils der Beilage klar erkennbar. Anders verhält es sich bei der Titelseite der Beilage: Hier finden sich das Logo der Kronen Zeitung, der Titel „hairlights DAS HAARJOURNAL“ sowie redaktionelle Ankündigungen aus dem Blattinneren. Es gibt auf der Titelseite keinen einzigen Hinweis darauf, dass es sich um ein kommerzielles Produkt handelt. Nach Meinung des PR-Ethik-Rates wird durch die Aufmachung des Covers der Anschein erweckt, es handle sich um ein redaktionelles Produkt der Kronen Zeitung, die Leser/innen werden dadurch in die Irre geführt.

Der PR-Ethik-Rat rügt die Kronen Zeitung und die „November Design & PR GmbH“ (Medieninhaberin von „hairlights“) öffentlich wegen Täuschung der Leserinnen und Leser. Das beteiligte Unternehmen Syoss wird aufgefordert, alles dazu beizutragen, um solchen Praktiken keinen Vorschub zu leisten.

Die Kennzeichnung der Beilage „hairlights“ als kommerzielles Produkt bereits auf der Titelseite wäre im Interesse der Klarheit und Unmissverständlichkeit für die Medienkonsumentinnen und -konsumenten sinnvoll und notwendig gewesen.