

Presseinformation

PR-Ethik-Rat rügt „Krone bunt“

Irreführung von Leser/innen durch Verquickung von Redaktion und Anzeigen

(Wien, 22. November 2013) – Der PR-Ethik-Rat rügt die „Krone bunt“ wegen Irreführung der Leser/innen und Verletzung des Grundsatzes der Trennung von Werbung und Redaktion (Beschwerde vom 15. November 2012).

In den Ausgaben der „Krone bunt“ vom 28. Oktober 2012 und 11. November 2012 wird ein Bezug zwischen redaktionellen Beiträgen zum Thema „Kokoswasser“ und Inseraten der Firma Rauch für ein Kokoswasser-Produkt hergestellt. So wird die Sängerin Rihanna in einem redaktionellen Beitrag der Ausgabe vom 28. Oktober 2012 zitiert, wonach sie auf Kokoswasser „aus noch unreifen grünen Kokosnüssen“ schwöre, ein „isotonisches Trend-Getränk“, das den „Frische-Kick“ ermöglicht. Rechts neben dem Artikel auf Seite 55 findet sich eine Anzeige der Firma Rauch, die ihr neues Kokoswasser-Getränk „Coco Water“ anpreist. Auffällig ist, dass im Inseratentext Aussagen enthalten sind, die im nebenstehenden Artikel Rihanna zugeschrieben werden: „Das völlig klare Kokoswasser aus den noch grünen Nüssen ... [...] ... das ob seiner komplexen stofflichen Zusammensetzung als isotonisches Sportgetränk seine Berechtigung hat ... [...] gibt Mixgetränken samt frischer Minze und saftigen Limetten erst den richtigen Kick.“

Ein ähnlicher Sachverhalt findet sich auch in der „Krone bunt“ vom 11. November 2012. Der Beschwerdeführer vermutet „eine deutliche Vermischung redaktioneller und werblicher Inhalte, wobei [...] eine Irreführung und Täuschung der LeserInnen stattfindet.“

Der PR-Ethik-Rat schließt sich dieser Argumentation des Beschwerdeführers an und stellt fest, dass in diesem Fall eine Irreführung der Leser/innen vorliegt. Die werblichen Argumente des Inserats finden sich im redaktionellen Bericht wieder (und vice versa). Mit Aussagen einer prominenten Persönlichkeit (die – allenfalls ungewollt – redaktionell als Testimonial für die nebenan kommerziell beworbenen Produkte zitiert wird) im redaktionellen Teil des Mediums soll den Leser/innen ein Produkt schmackhaft gemacht werden, für das in der gleichen Ausgabe (in einem Fall auf derselben Seite) in Anzeigen mit zum Teil identischen Argumenten geworben wird. Diese unzulässige Verquickung von Redaktion und Anzeigen stellt auch einen Verstoß gegen den Trennungsgrundsatz dar.

Von „Krone bunt“-Chefredakteur Dr. Christoph Dichand, der vom Rat um Stellungnahme zur Beschwerde ersucht wurde, liegt bis dato keine Antwort vor.

Weitere Informationen zu diesem Spruch unter
<http://www.prethikrat.at/beschwerden/beschwerdefaelle.html>

Rückfragen:

Wolfgang R. Langenbacher, office@prethikrat.at oder telefonisch unter +43 664 58 96 091
Renate Skoff, office@prethikrat.at oder +43 664 337 02 84 <http://www.prethikrat.at>