



Senat 2

SELBSTÄNDIGES VERFAHREN AUFGRUND EINER MITTEILUNG EINER LESERIN

Der Presserat ist ein Verein, der sich für verantwortungsvollen Journalismus einsetzt und dem die wichtigsten Journalisten- und Verlegerverbände Österreichs angehören. Die Mitglieder der Senate des Presserats sind weisungsfrei und unabhängig.

Im vorliegenden Fall führte der Senat 2 des Presserats aufgrund einer Mitteilung einer Leserin ein Verfahren durch (selbständiges Verfahren aufgrund einer Mitteilung). In diesem Verfahren äußert der Senat seine Meinung, ob eine Veröffentlichung den Grundsätzen der Medienethik entspricht. Die Medieninhaberin der Tageszeitung „Heute“ hat von der Möglichkeit, an dem Verfahren teilzunehmen, keinen Gebrauch gemacht.

Die Medieninhaberin der Tageszeitung „Heute“ hat die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserats bisher nicht anerkannt.

HINWEIS

Der Senat 2 hat durch seine Vorsitzende Mag.^a Andrea Komar und seine Mitglieder Eva Gogala, Mag.^a Alexandra Halouska, Anita Kattinger, Dr. Andreas Koller, Arno Miller und Mag.^a Duygu Özkan in seiner Sitzung am 09.06.2020 nach Durchführung einer mündlichen Verhandlung im selbständigen Verfahren gegen die „**AHVV Verlags GmbH**“, Heiligenstädter Lände 29/6, 1190 Wien, als Medieninhaberinnen der Tageszeitung „Heute“, wie folgt entschieden:

Der Beitrag „**Baby klappte erst mit Atemtest**“, erschienen auf Seite 10 der Tageszeitung „Heute“ vom 06.03.2020, stellt einen geringfügigen **Verstoß gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahmen)** des Ehrenkodex für die österreichische Presse dar.

BEGRÜNDUNG

Im oben genannten Beitrag wird darüber berichtet, dass eine Frau zweieinhalb Jahre erfolglos versucht habe, schwanger zu werden, ehe sie auf ein Grazer Start-up gesetzt und „breathe ilo“ probiert habe. Dieses Gerät, das die fruchtbaren Tage in 60 Sekunden über den Atem messe, habe ihr das große Glück beschert. Die Frau wird damit zitiert, dass sie bei einer Studie mitgemacht habe, als das Gerät noch in der Testphase gewesen sei. Nach drei Monaten sei sie schon schwanger gewesen, das Baby sei im November zur Welt gekommen. Im Unterschied zu anderen Zyklus-Trackern sei „breathe ilo“ angeblich kaum Schwankungen ausgesetzt, die sich etwa durch Schlafmangel oder Alkohol ergeben könnten. Am Ende des Beitrags wird angemerkt, dass die brandneue Methode jetzt jedenfalls mindestens einen Fan habe; nochmals wird die Frau damit zitiert, dass sie total überrascht gewesen sei, wie schnell es gegangen sei, und sie wieder auf das Gerät setzen werde, wenn die Familie weiter wachsen solle.

Dem Beitrag ist ein Foto einer Mutter mit einem kleinen Kind beigefügt. Während die Augen der Mutter verpixelt sind, ist das Gesicht des Kindes ganz zu erkennen. Vorname und Anfangsbuchstagen des Nachnamens der Mutter sind ebenfalls angegeben, wobei im Beitrag dazu „(Name geändert)“ angemerkt ist. Auf einem weiteren Foto ist das Gerät der Firma „breathe ilo“ zu sehen. Als Fotocredit wird die Firma „breathe ilo“ genannt.

Eine Leserin wandte sich an den Presserat und kritisierte, dass es sich bei dem Beitrag ihrer Ansicht nach um nicht gekennzeichnete Werbung handle. Der Leserin scheint es auch sachlich nicht begründbar, warum der Name geändert wurde, während die Frau mit einem winzigen Augenbalken nur wenig anonymisiert sei.

Die Medieninhaberin nahm am Verfahren vor dem Presserat nicht teil.

Der Senat hält zunächst fest, dass es bei journalistischen Darstellungen für die Leserinnen und Leser klar sein muss, ob es sich um Tatsachenberichte oder um Fremdmeinungen handelt (Punkt 3.1 des Ehrenkodex). Darüber hinaus ist die Einflussnahme Außenstehender auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags unzulässig (Punkt 4.1 des Ehrenkodex). Zudem dürfen wirtschaftliche Interessen des Verlages redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnten (Punkt 4.4 des Ehrenkodex). Schließlich dürfen geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitern gemäß Punkt 11 des Ehrenkodex keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben.

Aus diesen Bestimmungen ergibt sich, dass es den Leserinnen und Lesern möglich sein muss, zwischen Werbung und redaktionellen Beiträgen unterscheiden zu können. Dabei tut es nichts zur Sache, ob für einen redaktionellen Werbebeitrag tatsächlich Geld entrichtet wurde. Auch wenn eine Werbung allein aus Gefälligkeit erbracht wird, ist sie als solche zu kennzeichnen (siehe z.B. zuletzt die Entscheidungen 2019/048; 2019/137; 2019/193; 2019/225 und 2019/284).

Der Senat unterzog den Beitrag einer inhaltlichen Analyse. Entscheidend war dabei, ob im Beitrag werbliche Formulierungen überwiegen. Das Start-Up „breathe ilo“ wird im Artikel zweimal angeführt.

Zudem hat das Unternehmen offenbar auch das Foto mit der Mutter und ihrem Kind sowie das Foto des Geräts zur Verfügung gestellt.

Nach Auffassung des Senats wird den Leserinnen und Lesern der Zyklus-Tracker ähnlich wie in einer Werbebroschüre präsentiert; im Beitrag wird der Eindruck erweckt, dass die im Artikel genannte Mutter nur mit Hilfe des Geräts schwanger werden konnte. Das Gerät wird als „brandneue Methode“ angepriesen und es wird angemerkt, dass „breathe ilo“ im Unterschied zu anderen Trackern kaum Schwankungen ausgesetzt sei, die sich etwa durch Schlafmangel oder Alkohol ergeben würden. Am Ende des Artikels wird die Mutter damit zitiert, dass sie bei der nächsten Schwangerschaft wieder auf das Gerät setzen werde. Nach Ansicht des Senats sollte der Beitrag Paare mit Kinderwunsch dazu motivieren, den beschriebenen Zyklus-Tracker zu verwenden.

Der Senat kann in dem Beitrag nicht die angemessene journalistische Distanz erkennen: Der Zyklus-Tracker wird durchwegs positiv und völlig unkritisch dargestellt. Der werbliche Charakter dominiert. Da der Beitrag im Hinblick auf die Gestaltung und das Schriftbild wie ein redaktioneller Artikel aufbereitet wurde, hätte eine Kennzeichnung als „Werbung“, „Anzeige“ oder dergleichen erfolgen müssen. Die aus medienethischer Sicht erforderliche Unterscheidbarkeit zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten wurde hier missachtet. Die Leserinnen und Leser wurden in die Irre geführt.

Im vorliegenden Fall berücksichtigt der Senat jedoch, dass für den Beitrag offenbar ein Interview des Mediums mit der im Artikel genannten Mutter geführt wurde. Hinzu kommt, dass der Zyklus-Tracker ein neues Produkt eines Start-Up-Unternehmens ist, über das auch in anderen Medien berichtet wurde. Wegen der Neuartigkeit des Produkts weist der Artikel einen gewissen Informationswert auf. Aufgrund dessen hält es der Senat für ausreichend, im vorliegenden Fall bloß einen geringfügigen Verstoß gegen die Punkte 3 (Unterscheidbarkeit) und 4 (Einflussnahmen) des Ehrenkodex festzustellen.

Schließlich weist der Senat auch noch darauf hin, dass im Beitrag offenbar die Identität der interviewten Mutter geschützt werden sollte; deshalb wurde ihr Name im Beitrag geändert und ihre Augenpartie auf dem Foto grobkörnig verpixelt. Obwohl der Senat in dem Beitrag keinen Verstoß gegen den Persönlichkeitsschutz erkennt, weist er die Medieninhaberin darauf hin, dass sich die Erkennbarkeit auch aus den Begleitumständen ergeben kann. Im vorliegenden Fall ist die Mutter aufgrund ihres Kindes, das auf dem Foto unverpixelt gezeigt wird, weiterhin für einen beschränkten Personenkreis erkennbar (zur Identifizierbarkeit vgl. zuletzt die Entscheidungen 2019/132 und 2020/025). Zusätzlich hätte auch auf den Persönlichkeitsschutz des Kindes Rücksicht genommen werden können.

Der Senat stellt den geringfügigen Verstoß gemäß § 20 Abs. 2 lit. b der Verfahrensordnung der Senate des Presserats fest und spricht einen Hinweis an die Medieninhaberin aus.

Österreichischer Presserat
Beschwerdesenat 2
Vorsitzende Mag.^a Andrea Komar
09.06.2020