

Schleichwerbung für Sportwetten-Anbieter

Beschwerde eines Innensensors gegen Boulevardzeitung hat teilweise Erfolg

Entscheidung: öffentliche Rüge

Ziffer: 7

Gegenstand der Beschwerde sind insgesamt 55 Beiträge zum Thema Glücksspiel, die das Onlineportal einer Boulevardzeitung innerhalb eines Jahres veröffentlicht hat. Unter anderem geht es um erfolgreiche „Profi-Sportwetten“, mit denen bestimmte Expertinnen und Experten hohe Gewinne erwirtschaften und die Leserschaft an ihren Methoden teilhaben lassen. Außerdem werden Wettscheine präsentiert, mit denen im Verhältnis zu den Einsätzen besonders hohe Gewinne erzielt oder nur knapp verpasst wurden. Die Artikel tragen Überschriften wie „An dieser Wett-Formel kommen Sie nicht vorbei“, „Welches Wett-System totaler Schrott ist“, „Diese Wetten gewinnen automatisch!“, „Expertin erklärt, wie man abräumt“, „Das sind die größten Fehler eines Anfängers“ oder „Wie ein Mann aus einem Fünfer 100.000 Euro machte“. Der Verlag der Zeitung unterhielt zum Zeitpunkt der Veröffentlichung eine Kooperation mit einem legalen Wett-Anbieter: Sportwetten wurden unter einer gemeinsamen Marke angeboten, deren Name auf die Zeitung verweist. Beschwerdeführer ist der Bremer Innensensor. Seine Behörde ist die oberste Glücksspielaufsicht des Stadtstaates. Er hatte bereits 2021 beim Presserat angeregt, den Pressekodex um eine Richtlinie zu verharmlosender Berichterstattung über Glücksspiel zu erweitern. Das Plenum des Presserats sah aber keine Regelungslücke. Deshalb erhebt der Senator nun eine Beschwerde zur konkreten Berichterstattung der Boulevardzeitung. Schon geraume Zeit vor der Erteilung der ersten Sportwettkonzession habe die Zeitung penetrant und positiv über Sportwetten und die damit verbundenen Chancen berichtet. Es sei naheliegend, dass diese Berichterstattung in direktem Zusammenhang mit der Kooperation mit dem Sportwetten-Anbieter stehe. In scheinbar redaktionellen Beiträgen werde aggressiv Werbung für das Abschließen von Sportwetten gemacht, es werde über Personen berichtet, die sehr gut vom Wetten leben könnten, und dem durchschnittlichen Empfänger dieser als „Berichterstattung“ getarnten Werbung werde weisgemacht, mit den richtigen Tricks lasse sich viel Geld verdienen. Dazu biete die Zeitung sogar eine „Wettschule“ an. Scheinbar verantwortungsbewusst finde sich unter jedem Beitrag ein Suchthinweis mit Nennung einer staatlichen Hilfe-Hotline. Darunter befinde sich aber regelmäßig die Aufforderung, sich bei dem kooperierenden Anbieter zu registrieren und sich den Neukundenbonus zu sichern. Nicht bekannt sei, ob der Wettveranstalter die Zeitung vergüte. Aber beide hätten großes Interesse daran, möglichst viele Leser als Wettkunden zu gewinnen. Die Zeitung werde bei ihrer Berichterstattung also von wirtschaftlichen Interessen geleitet. Das sei ein eklatanter Verstoß gegen die Pressekodex-Präambel, wonach Medien ihre publizistische Aufgabe unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahrnehmen müssten. Zu prüfen wäre, ob die positive Berichterstattung auch gegen das Gebot der Trennung von Redaktion und Werbung verstößt. Ferner bemängelt der Innensensor, dass Anzeigen nicht als solche gekennzeichnet worden seien: Auf dem Onlineportal der Zeitung seien eine Reihe von Advertorials von Sportwettanbietern erschienen, die wie redaktionelle Beiträge aussähen. Es gehe dabei jeweils um eine Person, die besonders viel Geld gewonnen habe; dabei werde stets der Tippschein des Gewinners abgebildet. Außerdem kritisiert der Senator, dass bei der Suchfunktion des Zeitungsportals gegen die gebotene Trennung von Werbung und Redaktion verstoßen werde: Bei der Eingabe des Begriffs „Sportwetten“ würden als Treffer wahllos redaktionelle Beiträge und Werbung (und zwar ohne Kennzeichnung) angezeigt. Auch hier werde wieder deutlich, dass die Publikationen zum Thema Sportwetten insgesamt als Werbung einzustufen seien. Die Zeitung hält die Beschwerde für unzulässig. Der Senator führe das Verfahren nicht aus eigener Betroffenheit, sondern verfolge politisch-staatsregulatorische und daher sachfremde Ziele, die dem Zweck der staatsfern organisierten Presse-Selbstregulierung widersprächen. Durch ein vorgeschobenes Beschwerdeverfahren solle der Presserat für die Durchsetzung dieser Ziele instrumentalisiert werden. Die Zeitung beantragt deshalb, das Plenum des Presserats darüber entscheiden zu lassen, ob der Senator das Beschwerderecht missbraucht.

Vorsorglich nimmt die Zeitung auch inhaltlich Stellung: Der Beschwerdeführer habe die Auswahl der beanstandeten Artikel einseitig zusammengestellt. Die Zeitung habe auch die negativen Konsequenzen von Spielsucht umstandslos und lebensnah aufgezeigt, etwa am Beispiel eines spielsüchtigen TV-Prominenten oder in Artikeln wie „Darum sind Live-Wetten so gefährlich“ oder „Wie ich trotz Experten-Tipps pleite ging“. Die Zeitung berichte ausgewogen, alle Aspekte beleuchtend. Wenn auch der kooperierende Wettanbieter erwähnt werde, geschehe dies ausnahmslos nach oder neben dem Artikel und mit gut erkennbarer Kennzeichnung als „Anzeige“. Dass in der Wettschein-Serie fast ausschließlich Scheine des Anbieters T. auftauchten, liege zunächst am „Marktführer-Ansatz“ der Zeitung: Sie berichte auch mehr über „Bayern München“ als über „Arminia Bielefeld“. Im Übrigen berichte man natürlich auch über die Schattenseiten dieses Anbieters, etwa über Geldwäsche-Vorwürfe. Die Zeitung weist auch den Vorwurf eines Verstoßes gegen den Jugendschutz zurück. Dass sich Kinder und Jugendliche von Sportwetten fernhalten sollten, könne nicht bedeuten, dass generell nicht mehr über jugendgefährdende Phänomene berichtet werden dürfe. Bedenklich wäre nur eine unkritische Berichterstattung. Die Artikel der Zeitung wendeten sich auch nicht speziell an Minderjährige. Die Berichterstattung gefährde auch nicht das Ansehen der Presse und verstoße nicht gegen die Präambel des Pressekodex. Anders als vom Senator unterstellt, werde die Zeitung bei ihrer Berichterstattung über das journalistisch interessante Phänomen „Online-Sportwetten“ nicht durch ein „Profitinteresse“ motiviert. Dem Staat stehe keine „oberlehrerhafte Belehrung“ darüber zu, worüber die Presse berichten dürfe. Das öffentliche Interesse an Online-Sportwetten existiere real, es werde von der Zeitung nicht „herbeigeschrieben“. Darüber zu berichten, gehöre zur Chronistenpflicht der Presse. Selbstverständlich stehe daneben immer auch ein wirtschaftliches Interesse des Verlags. Dies sei die Realität moderner Medienwirtschaft. - Der Trägerverein des Presserats beschäftigt sich mit dem Einwand, dass der Senator nicht beschwerdeberechtigt sei. Er kommt zu dem Schluss, dass auch Vertreter staatlicher Institutionen Beschwerden einreichen dürfen. Das Plenum des Presserats beschließt später einstimmig, dass hier kein Missbrauch des Beschwerderechts vorliegt. Der zuständige Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde daraufhin für begründet und beschließt einstimmig eine öffentliche Rüge wegen eines Verstoßes gegen Pressekodex-Ziffer 7 (Trennung von Werbung und Redaktion). In mehreren Artikeln werden Fotos von Wettscheinen eines Sportwetten-Anbieters gezeigt, mit denen im Verhältnis zu den Einsätzen besonders hohe Gewinne erzielt oder knapp verpasst worden sind. Diese Darstellung hat eine erhebliche werbliche Wirkung, ohne dass die Hervorhebung dieses einzelnen Anbieters gerechtfertigt wäre. Der Anbieter ist zwar Marktführer für Sportwetten und Großsponsor im Sportbereich, jedoch ist kein Alleinstellungsmerkmal erkennbar, das seine Herausstellung presseethisch zulässig erscheinen ließe. Im Markt für Sportwetten sind zahlreiche Anbieter aktiv, deren Angebote sich nicht maßgeblich unterscheiden. Die Zeitung hat nach eigenen Angaben regelmäßig bei anderen Anbietern nach spektakulären Wettscheinen gefragt, habe dabei aber keine sonderlich ergiebigen Antworten erhalten. Sie belegt jedoch nicht hinreichend die Regelmäßigkeit solcher Anfragen. Zugleich sprechen die Anzahl der vorhandenen Anbieter und das Volumen der Einsätze und Gewinne im gesamten Markt nicht dafür, dass spektakuläre Gewinne bzw. Gewinnmöglichkeiten nur bei dem genannten Anbieter auftreten. Der Beschwerdeausschuss bewertet daher die Hervorhebung eines einzelnen Anbieters in der Berichterstattung als Schleichwerbung. In weiteren Beiträgen werden Anbieter von Dienstleistungen rund um das Thema Sportwetten genannt, samt Link zu ihrem jeweiligen Angebot. Ihre Darstellung als erfolgreiche Experten für Sportwetten hat eine erhebliche werbliche Wirkung. Es ist kein Alleinstellungsmerkmal erkennbar, das die Herausstellung presseethisch zulässig erscheinen ließe. Auch im Markt für Experten-Tipps zu Sportwetten sind zahlreiche Anbieter aktiv, deren Angebote sich nicht maßgeblich unterscheiden. Der Beschwerdeausschuss bewertet die Hervorhebung einzelner Anbieter mit Links zu ihrem Angebot daher ebenfalls als Schleichwerbung. Im Übrigen erklärt der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet: Bei der Erwähnung des kooperierenden Anbieters liegt kein Verstoß gegen Ziffer 7 vor, da in allen eingereichten Beiträgen eine Kennzeichnung als „Anzeige“ vorliegt. Auch ein Verstoß gegen den Jugendschutz nach Ziffer 11 liegt nicht vor. Der Beschwerdeausschuss ist sich bewusst, dass Jugendliche besonders anfällig für

Glücksspielsucht sind und die Verbindung von Glücksspiel und Sport das Risiko noch erhöht. In den beanstandeten Beiträgen findet aber keine gezielte Ansprache von Kindern oder Jugendlichen statt. Auch ist in der Gestaltung oder Platzierung der Beiträge keine besondere Ausrichtung auf Kinder oder Jugendliche erkennbar. Der Ausschuss berücksichtigt, dass die Berichterstattung über Sportwetten durchgängig mit einem Hinweis zu Hilfsangeboten bei Spielsucht versehen ist.