

Recherche über Geldanlagen

Bei schriftlichen Anfragen ist eine Fristvorgabe statthaft

Die Wirtschaftsredakteurin eines Insider-Reports für Anlageberater, Banken, Initiatoren und Anleger will in einer „eiligen Presseanfrage“ vom Vorstandsvorsitzenden eines Versicherungskonzerns wissen, ob zwischen seiner Lebensversicherungs-AG und einer Immobilien-AG eine Zusammenarbeit bestehe oder in der Vergangenheit bestanden habe. Die Redakteurin stellt ferner die Frage, ob dem Vorstand bekannt sei, dass sich die Immobilien-AG die fondsgebundene Lebensversicherung des Anlegers als Zahlungsmittel für den eigenen Genussschein abtreten lasse, ob das Vorsorgekonzept der Immobilienfirma mit dem Versicherungskonzern abgesprochen sei und dieser hinter dem Konzept stehe. Zwei Wochen später veröffentlicht der Insider-Report einen ausführlichen Prospekt-Check und rät in seinem Fazit zur Vorsicht. Der veraltete und teilweise widersprüchliche Prospekt rechtfertige keine positive Anlageentscheidung. Drei Tage nach dieser Veröffentlichung richtet die Redakteurin eine aus zehn Punkten bestehende „eilige Presseanfrage“ diesmal an den Vorstand der Immobilienfirma. Sie weist darin auf Ungereimtheiten im Produktangebot hin und will u.a. wissen, über welche qualifizierten Erfahrungen im Immobiliengeschäft der Vorstand verfüge. Unter der Überschrift „Bitterer Geschmack“ wird die Kombination zwischen einer ertragsorientierten fondsgebundenen Lebensversicherung und einem durch Immobilienwerte unterlegten Wertpapier als reine Bauernfängerei bezeichnet. Schlimmer gehe es nimmer, weil der Anleger hier im worst-case gleich doppelt zahlen müsse, statt doppelte Leistung zu bekommen, mit der er ursprünglich geködert worden sei. Der Ratschlag des Reports lautet daher: „Lieber Finger weg – Ihre Kunden werden es Ihnen danken!“ Der Vorstand der Immobilien-AG, ein Rechtsanwalt, beschwert sich beim Deutschen Presserat. Er beanstandet erhebliche Recherchedefizite in der ersten Presseanfrage. So sei es nicht richtig, dass auf die Anlagerisiken nur im Kleingedruckten hingewiesen werde und der Anleger unbedarft oder ahnungslos gelassen werde. Ferner kritisiert er Hinweise in dem Prospekt-Check, dass das Unternehmen den Firmenzusatz „in Gründung“ führen müsse, der Prospekt veraltet und widersprüchlich sei und er keine positive Anlageentscheidung rechtfertige. Die vorgenommenen Einschätzungen seien falsch. Der Beschwerdeführer moniert außerdem, dass die zweite Presseanfrage vom 7. Juni erst am Morgen des 8. Juni gegen 9 Uhr versandt worden sei. An diesem Tag sei er geschäftlich unterwegs gewesen, so dass er sie erst am Morgen des 9. Juni zur Kenntnis haben nehmen können. Von daher sei es ihm nicht möglich gewesen, die Anfrage bis zum 9. Juni, 13 Uhr, zu beantworten. Die ihm gegebene Frist sei unangemessen kurz gewesen. Offensichtlich sei es so, dass von vornherein gar nicht beabsichtigt gewesen sei, seine Stellungnahme in den Beitrag einfließen zu lassen. Auch der zweite Artikel enthalte falsche Behauptungen. So habe seine Firma nie auf

ein unmittelbares Abkommen mit einer bekannten Bank verwiesen. Außerdem sei auch nie gesagt worden, dass alle im Internet genannten Kooperationspartner bei dem kritisierten Produkt zusammenarbeiten. Falsch sei auch, dass mit einem bestimmten, namentlich genannten Unternehmen keine Kooperationsvereinbarung bestehe. Eine solche sei tatsächlich geschlossen worden. Der Beschwerdeführer beanstandet die Mitteilung des Reports, der Verkaufsprospekt sei nicht bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin) hinterlegt worden. Der Report übersehe, dass es sich um ein nicht handelbares Wertpapier handle und es nicht dem Wertpapieraufsichtsrecht unterliege. Da das Papier nicht handelbar sei, seien auch WKN- und ISIN-Nummern nicht sinnvoll. Es gebe keine Verpflichtung für ein Genussrecht, solche Nummern zu beantragen. Die Rechtsvertretung des Verlags erklärt in ihrer Stellungnahme, es habe keinerlei Anlass bestanden, die erste Anfrage auch an den Beschwerdeführer selbst zu richten, da dessen Unternehmen ja unmissverständlich auf der Internetseite mit den sechs Kooperationspartnern geworben habe. Diese Fakten seien nicht zu leugnen. Zum Zeitpunkt der Anfrage sei der Redaktion des Reports aus zuverlässiger Quelle bereits bekannt gewesen, dass die angeblichen Kooperationsvereinbarungen zumindest teilweise nicht existieren. Unstreitig sei, dass der Anleger im schlimmsten Falle einen Totalverlust des Genussrechtskapitals erleiden könnte und dass er im Falle einer Insolvenz des Grundrentefonds das Genussrechtskapital tatsächlich noch erbringen müsse. Dies stehe im Kleingedruckten und bedeute im schlimmsten Falle, dass der Anleger am Ende keine Versicherungsleistung bekomme. Der Prospekt-Check im Report enthalte keine falschen Behauptungen, stellt die Rechtsvertretung fest. Nach § 41 Aktiengesetz bestehe die Aktiengesellschaft als solche nicht, solange sie nicht in das Handelsregister eingetragen sei. Der Prospekt sei im Juli 2003 aufgelegt worden. Noch im Oktober 2004 habe das zuständige Amtsgericht mitgeteilt, dass sich die Immobilien-AG über die Registernummer im Handelsregister nicht ermitteln lasse. Auf der Titelseite des Verkaufsprospekts gebe es aber keinen Hinweis darauf, dass die AG bei Drucklegung des Prospekts noch nicht im Handelsregister eingetragen gewesen sei. Nur im Kleingedruckten befinde sich unter der Überschrift „Verantwortlichkeit“ ein Hinweis, dass sich die AG noch in der Gründung befinde. Der Beschwerdeführer bestreite nicht, dass ein fast ein Jahr alter Prospekt eingesetzt worden sei, mit dem die Erwartungen, die zuvor geweckt worden seien, nicht erfüllt würden. Der Mitarbeiter des Reports, der den Prospekt analysiert habe, sei seit 25 Jahren in der Branche tätig und führe bereits seit über 14 Jahren Prospektprüfungen fach- und sachgerecht durch. Zur Beantwortung der zweiten Presseanfrage sei genügend Zeit gewesen. Die Fragen hätten Punkte betroffen, die dem Beschwerdeführer sehr geläufig gewesen seien. Eine längere Recherche zur Beantwortung der Fragen sei daher nicht notwendig gewesen. Zudem seien wesentliche neue Bereiche, die Thema der Anfrage gewesen seien, nicht Inhalt der zweiten Veröffentlichung geworden. Im zweiten Beitrag des Reports seien ausschließlich offenkundig unbestreitbare Fakten veröffentlicht worden. Dass z. B. für das Genussrecht im Verkaufsprospekt weder WKN- noch eine ISIN-Nummer genannt und dass der Prospekt nicht bei der BaFin hinterlegt worden sei. Die Redaktion des Reports habe die sechs angeblichen Kooperationspartner des Beschwerdeführers

angeschrieben. Vier davon hätten jedoch eine Zusammenarbeit dementiert. Vor diesem Hintergrund habe der Report die Werbung des Beschwerdeführers mit namhaften Kooperationspartnern als Etikettenschwindel bewertet. (2004)

Die Beschwerdekammer 2 des Presserats kann in den Recherchen und Veröffentlichungen des Insider-Reports eine Verletzung der Ziffern 2 und 4 des Pressekodex nicht erkennen und weist die Beschwerde als unbegründet zurück. Nach Meinung des Gremiums stellt die Presseanfrage vom 7. Juni keine unlautere Recherchemethode dar. Es ist durchaus statthaft, bei schriftlichen Anfragen bestimmte Fristen zu setzen. Sollten diese von dem Befragten nicht eingehalten werden können, besteht jederzeit die Möglichkeit, dies der Redaktion mitzuteilen. Dies hätte im konkreten Fall auch der Beschwerdeführer tun können. Den Hinweis in dem Prospekt-Check, dass die Anbieterfirma eigentlich den Firmenzusatz „in Gründung“ hätte führen müssen, beurteilt die Beschwerdekammer als gerechtfertigt, zumal die Redaktion des Reports noch im Oktober 2004 vom zuständigen Amtsgericht die Mitteilung erhalten hat, dass das Unternehmen im Handelsregister noch nicht eingetragen ist. Auch die Bewertung des entsprechenden Prospekts ist nicht zu beanstanden, da die Redaktion den Inhalt analysiert und eingeschätzt hat. Dies ist eine zulässige Verfahrensweise und kein Verstoß gegen die Sorgfaltspflichten. Möglicherweise liegen kleine Unkorrektheiten in dem zweiten Beitrag vor. Die strittigen Anmerkungen bezüglich der WKN- und der ISIN-Nummern und der Hinterlegung des Prospekts bei der BaFin sind im Gesamtkontext der Berichterstattung aber als marginal einzustufen und würden eine Maßnahme des Presserats nicht rechtfertigen. Auch die Aussagen über die Kooperationspartner verstoßen nicht gegen die Pflicht zur Sorgfalt. Die Rechtsvertretung des Verlages hat überzeugend vermittelt, dass die Redaktion bei den betroffenen Firmen nachrecherchiert hat und vier davon eine Zusammenarbeit mit dem beschwerdeführenden Unternehmen dementiert haben. Insofern wurden Rechercheergebnisse veröffentlicht und bewertet. (BK2-90/04)

Aktenzeichen:BK2-90/04

Veröffentlicht am: 01.01.2004

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2); Grenzen der Recherche (4);

Entscheidung: unbegründet