Entscheidung

des Beschwerdeausschusses 1

in der Beschwerdesache 1166/24/1-BA

Ergebnis:	**Beschwerde begründet, öffentliche Rüge, Ziffer 7**
Datum des Beschlusses:	**18.03.2025**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Magazin berichtet am 15.02.2024 unter der Überschrift „Erste Bilanz für die neue Pflicht“ über die neu eingeführte Pflicht zum E-Rezept. Unter anderem heißt es, wer eine App nutze (z. B. das-e-rezept-fuer-deutschland.de oder vergleichbare Apps wie von [Name deutsches Medikamenten-Portal]) habe weitere Vorteile: Sei man der Praxis bekannt, könne das Rezept online ausgestellt werden. Die E-Rezept-App zeige dann an, welche Apotheke in der Nähe das Medikament vorrätig habe und ob diese einen Lieferservice anbiete. So sparten Patienten und ihre Angehörigen Wege und unnötige Wartezeiten.

Am 12.09.2024 berichtet das Magazin unter dem Titel „Spenden für eine gute Zukunft“ über die Charity-Veranstaltung „Tribute to Bambi“. Laut Bildunterschrift ist auf einem der Fotos – zusammen mit mehreren Chefredakteuren des Verlages – der Geschäftsführer des deutschen Medikamenten-Portals zu sehen.

Am 28.11.2024 berichtet das Magazin auf der Titelseite mit dem Titel „Neuer Ärger für Günther Jauch!“ und im Innenteil unter der Überschrift „Ärger und Freude bei Günther Jauch“ insbesondere über eine Klage eines deutschen Medikamenten-Portals gegen Werbung eines niederländischen Konkurrenten, der mit dem Moderator für eine Rabattaktion geworben hatte. Das deutsche Portal hatte in erster Instanz Recht bekommen. Für den Moderator sei es nicht das erste Mal, dass eine Werbekampagne mit ihm heftig in der Kritik stehe. […] Die

Werbeaktion des Medizinversands habe Jauch weder erfunden, noch sei er dafür verantwortlich. Dennoch sei sein Gesicht untrennbar mit negativen Schlagzeilen zu den Werbekampagnen verbunden.

II. Zwei Beschwerdeführer kritisieren die Veröffentlichung vom 28.11.2024, einer darüber hinaus die vom 15.02.2024 und 12.09.2024. Beide monieren einen Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex, einer darüber hinaus Verstöße gegen die Präambel und Ziffer 1.

Die Zeitschrift berichte über eine juristische Auseinandersetzung zwischen einem deutschen Portal zur Online-Bestellung von Medikamenten und dem Betreiber eines niederländischen Medizinversands. Das Magazin erwähne nicht, dass der Verlag, in dem das Magazin erscheine, mit 35 Prozent an dem deutschen Medikamenten-Portal beteiligt sei. Das Eigeninteresse des Verlags werde an keiner Stelle transparent gemacht. Einer der Beschwerdeführer legt hierzu eine Gesellschafterliste des deutschen Portals vor. Beide Beschwerdeführer verweisen zudem auf eine Online-Berichterstattung eines Medien-Portals zu dem Vorgang.

III. Der Chefredakteur trägt vor, die Beschwerden seien unbegründet. Man habe durch die Berichterstattung nicht gegen die Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen.

1. Beide Beschwerdeführer beanstandeten die Titelgeschichte über TV-Moderator Günther Jauch vom 28.112024.

Unter dem Tenor „Neuer Ärger für Günther Jauch“ (wegen Werbung) habe man wahrheitsgemäß berichtet, dass nach „Greenwashing“-Vorwürfen gegen Lidl aufgrund einer großen Werbekampagne mit Günther Jauch als Testimonial nun erneut ein Produkt, das Herr Jauch bewerbe, für Diskussionen sorge. Nicht nur in der breiten Öffentlichkeit, sondern auch bei der Justiz. Der so genannte Jauch-Rabatt sei gerichtlich verboten worden. Bei der Omnipräsenz Jauchs und dem 10-Euro-Versprechen habe man genügend öffentliches Interesse gesehen, um darüber zu berichten, dass dieser Rabatt ggfs. nicht (mehr) ausgezahlt werde, weil die Aktion gerichtlich verboten worden sei.

Alle in dem Artikel berichteten Fakten stimmten. Dementsprechend habe es hiergegen keine juristischen Angriffe gegeben, auch nicht von Seiten Jauchs oder der niederländischen Medikamenten-Plattform.

Dass man in dem Artikel auch noch über weitere von Jauchs Geschäften (Restaurant, Weinhandel) berichtete, untermauere die thematische Ausrichtung an dem Mega-Promi Günther Jauch und seinen Aktivitäten. Die redaktionelle Relevanz der behandelten Themen sei gänzlich unabhängig davon, welcher Wettbewerber der niederländischen Medikamenten-Plattform als Kläger aufgetreten sei.

Da in dem Artikel nicht über Eigenschaften, Effizienz, Qualität oder Vorteile der verschiedenen E-Rezept-Plattformen berichtet werde, halte er den Vorwurf der „Schleichwerbung“ für abwegig. Es werden eben diejenigen Anbieter benannt, die miteinander vor Gericht stritten. Durch die bildliche Wiedergabe der Werbemotive mit Günther Jauch sei hier – wenn überhaupt – eher ein positiver Effekt für die niederländische Medikamenten-Plattform zu erwarten. Ein solcher wäre aber in keiner Weise ihr Ziel, sondern eine unvermeidliche Begleiterscheinung dessen, dass über den Streit zweier Wettbewerber sachlich berichtet werde. Da es weder von Herrn Jauch noch von der niederländischen Medikamenten-Plattform eine Stellungnahme zu der Gerichtsentscheidung gegeben habe, habe auch keine zitiert werden können. Die Zitate im Artikel entstammten allgemein zugänglichen Presse-Statements.

Es sei auch nicht geboten gewesen, auf die Anteilsverhältnisse des deutschen Medikamenten-Portals einzugehen. Die Ziffer 7 Satz 3 des Pressekodex laute: „Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein."

Ein solcher Fall liege hier nicht vor. Es gebe kein Eigeninteresse ihres Verlags, das von der Berichterstattung betroffen wäre. Die Ausführungen beider Beschwerdeführer seien in diesem Punkt schon deshalb falsch, weil die [Name] GmbH nicht der Verlag des Magazins sei. Das sei vielmehr die [Name] Publishing GmbH. Aber auch unabhängig davon fehle es an einem Eigeninteresse. Die [Name] GmbH hat lediglich eine Minderheitsbeteiligung am Medikamenten-Portal. Sie sei nicht Partei des Rechtsstreits mit der niederländischen Medikamenten-Plattform und profitiere in keiner Weise, egal ob dieser gewonnen oder verloren werde. Ebenso wenig profitiere sie von einem Verbot der Rabatt-Werbung mit Günther Jauch. Der gesamte Inhalt des Artikels stehe in keinem anderen Interesse als dem Informationsinteresse ihrer Leserschaft, wie ihre Redaktion dieses einschätzt.

2. Ein Beschwerdeführer liste weiterhin einen etwas älteren Artikel aus 8/2024 auf.

Auch dieser Beitrag betreffe kein Eigeninteresse ihres Verlags im Sinne der Ziffer 7 des Pressekodex. Es handele sich um einen allgemein informierenden Artikel über das E-Rezept, das zum Erscheinungszeitpunkt seit kurzem „Pflicht" gewesen sei. Am Rande werde als zweites Beispiel einer E-Rezept-App auch diejenige vom deutschen Medikamenten-Portal erwähnt, wobei die Formulierung gleichzeitig darauf hinweise, dass es weitere „vergleichbare Apps" gebe. Die Apps werden nicht bewertet, verglichen oder gar beworben. Er könne beim besten Willen nicht erkennen, wie hier ein wirtschaftlicher Profit ihres Verlags konstruiert werden könnte. Die Pflicht zur Nutzung des E-Rezepts sei eine politische Entscheidung, auf die man keinen Einfluss gehabt habe. Auch hier sei ihr Interesse rein journalistischer Natur, indem man die Patienten/Verbraucher mit diesem neuen Verfahren vertraut mache.

Er bitte daher, die Beschwerden für unbegründet zu erklären.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Berichterstattungen unter den Überschriften „Erste Bilanz für die neue Pflicht" und „Neuer Ärger für Günther Jauch!" einen schweren Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion.

Die Ausschussmitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass die beispielhafte Nennung der Medikamenten-App, an der der Verlag beteiligt ist, im Artikel „Erste Bilanz für die neue Pflicht" ein Eigeninteresse des Verlages gemäß Ziffer 7 des Pressekodex betrifft. Gleiches gilt für die Thematisierung eines Rechtsstreites im Artikel „Neuer Ärger für Günther Jauch!", den der Betreiber der App führte. Dabei ist es unerheblich, ob die Beteiligung im gleichen Konzernbereich angesiedelt ist wie die Beschwerdegegnerin. Dem Verlag ist grundsätzlich ein eigenes Interesse an der wirtschaftlichen Entwicklung auch des Gesamtkonzerns unterstellbar. Dieses Eigeninteresse hätte vorliegend der Leserschaft zwingend transparent gemacht werden müssen.

Bei der Veröffentlichung eines Fotos, auf dem u. a. der Geschäftsführer des Medikamenten-Portals zu sehen ist, im Rahmen einer Berichterstattung über eine vom Verlag organisierte Charity-Veranstaltung, ist hingegen noch nicht vom Vorliegen eines Eigeninteresses des Verlages gemäß Ziffer 7 des Pressekodex auszugehen. Der Fokus der Veröffentlichung liegt

vorliegend erkennbar nicht auf dem Unternehmen und dessen Dienstleistungen. Vielmehr dient die Nennung des Unternehmens hier lediglich der Einordnung des Abgebildeten.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde wegen eines Verstoßes gegen die Ziffer 7 des Pressekodex für begründet. Presseethisch bewertet der Ausschuss den Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze als so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung eine öffentliche Rüge ausspricht. Die Redaktion wird gebeten, die Rüge gemäß Ziffer 16 Pressekodex zeitnah zu veröffentlichen.

Die Entscheidungen über die Begründetheit der Beschwerde und über die Wahl der Maßnahme ergehen jeweils einstimmig.

Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion
Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

Den Pressekodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter
https://www.presserat.de/pressekodex.html / https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html