

## **Inhalte an Redaktion vorbei „bereitgestellt“**

### **Magazin veröffentlicht Fremdbeiträge, die nicht überprüft worden sind**

„Züchter erwischt Mann bei Sex mit Schaf – Tier wird notgeschlachtet“ unter dieser Überschrift berichtet ein Nachrichtenmagazin über einen Fall von sexuellem Missbrauch eines Tieres in Bayern. Die Dachzeile der Mobile-Version lautet unter anderem: „Der Inhalt wird bereitgestellt\* von HuffPost“. Im Online-Artikel wird dieser Hinweis unter der Überschrift gegeben. Ein Leser des Magazins stellt fest, erst nach mehreren Versuchen habe er erkennen können, dass der Inhalt „bereitgestellt“ worden sei. Bis dahin sei er davon ausgegangen, dass es sich um einen Artikel von Focus Online handele. Focus gelte als Nachrichtenmagazin, für das Journalisten ihrer Recherchepflicht nachkämen. Der Chefredakteur des Nachrichtenmagazins teilt mit, dieses Thema sei für sein Unternehmen und seine ca. 80 Partnermedien im „Publisher Netzwerk“ von strategischer Wichtigkeit. Vereinfacht gesagt: Wenn die deutschen Inhalteanbieter nicht durch Schaffung reichweitenstarker Plattformen eine gewisse „kritische Masse“ aufbrächten, würden sie im Wettbewerb mit den US-Giganten wie Google, Amazon oder Facebook bei der Werbeermarktung bald keine relevante Rolle mehr spielen können. Da sie aber auf Werbeerlöse zwingend angewiesen seien, würden dadurch die Refinanzierungsvoraussetzungen für Online-Journalismus in Deutschland in zunehmendem Maße ausgehöhlt. Wenn in dieser Situation der Presserat dem Magazin als dem Organisator einer solchen Plattform presseethische Pflichten auferlege, die man praktisch nicht erfüllen könne, könne dies eine ökonomisch zwingende Entwicklung behindern, obwohl die Belange der Presseethik dies nicht gebieten. Das Magazin agiere in Bezug auf den angegriffenen Inhalt als bloße Verbreitungsplattform, ohne dass eine redaktionelle Überprüfung stattfinde. Stets finde sich bereits vor dem Beginn des Fremdinhaltes ein Hinweis darauf, von wem dieser bereitgestellt worden sei.

Der Beschwerdeausschuss kommt zu dem Schluss, dass die Beschwerde unbegründet ist. Der Hinweis des Nachrichtenmagazins, dass bei einer Entscheidung durch den Presserat nicht über die Maßnahme eines Hinweises hinausgegangen werden kann, ist in diesem Fall nicht einschlägig. Bei der Grundsatzentscheidung des Plenums handelt es sich nicht um eine Änderung der Spruchpraxis im Sinne des Paragraphen 13 der Beschwerdeordnung. Vielmehr wird damit die bestehende Praxis bestätigt, dass Redaktionen die presseethische Verantwortung für alle von ihr veröffentlichten journalistisch-redaktionellen Beiträge tragen. Unter Berücksichtigung der Grundsatzentscheidung des Plenums erkennt der Beschwerdeausschuss keine Verletzung der Ziffer 2 des Pressekodex (Journalistische Sorgfaltspflicht). Da die presseethische Verantwortlichkeit für die streitgegenständliche Veröffentlichung

jederzeit bei der Redaktion des Nachrichtenmagazins lag und diese sich die Inhalte auch voll zurechnen lassen muss, ist in der URL (einheitlicher Ressourcenzeiger), die einen Artikel des Magazins nahelegt, keine Irreführung der Leser zu sehen.

**Aktenzeichen:**0977/18/2

**Veröffentlicht am:** 01.01.2019

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2);

**Entscheidung:** unbegründet