

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 1
in der Beschwerdesache 0388/24/1-BA

Beschwerdeführer:

Beschwerdegegner:

Ergebnis: **Beschwerde unbegründet, Ziffer 2**

Datum des Beschlusses: **01.07.2024**

Mitwirkende Mitglieder:

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Computer-Magazin kündigt in Heft 4/2024 auf seinem Titelblatt eine DVD mit Software unter dem Titel „Windows System-Tuning 2024“ an, „inkl. Vollversion [Software-Name] 2024“. Unten links auf dem Titelblatt wird die Software nochmals beschrieben mit „Gratis Premium-Vollversion“ und „Gratis Software im Wert von 30,- €“. Im Magazin wird auf den Seiten 14 bis 19 die Software der DVD vorgestellt. Die fragliche Software wird auf Seite 17 behandelt. Hier heißt es unter anderem, die Premium-Vollversion in dieser Ausgabe der Heft-DVD sei [Name Software] 2024. Wenn man das Programm installiere, müsse man sich entweder beim Hersteller (online) anmelden, oder sich als Neukunde registrieren.

II. Der Beschwerdeführer trägt vor, auf der Titelseite des Magazins werde als Aufmacher für die „GRATIS Premium-Vollversion „[Produktname] 2024 im Wert von 30 Euro“ geworben. Weil immer wieder in Computer-Fachzeitschriften diese Software beigefügt werde, habe er den Hersteller kontaktiert und habe die beigefügte Stellungnahme erhalten. Der Absender beschreibe darin unmissverständlich [Name Produkt auf DVD] als eine kostenlose Edition, basierend auf einer früheren Verkaufsversion, jedoch mit weniger Funktionen und die kostenlose Version enthalte nicht abstellbare Werbung von Produkten des Herstellers.

Die vom Magazin überheblich als Premium-Vollversion deklarierte Software klassifiziere er daher als Mogelpackung, womit Käufer des Magazins hinters Licht geführt werden. Auch

werde nirgends auf die mit Werbung verseuchte Software hingewiesen. Ein Vergleich zwischen der echten Vollversion und der Freeware [Name Version auf DVD] ergebe eindeutig, dass die kostenpflichtige Version umfangreicher ausgestattet sei.

Im Magazin werde auf Seite 17 die „Premium-Vollversion“ beschrieben, aber ein Hinweis, dass die Software auch kostenlos auf der Homepage des Herstellers zum Download angeboten werde, suche er vergeblich. Insgesamt sei dies ein Unding, weil der Hersteller regelmäßig abgespeckte Software-Versionen als Freeware anbiete.

Seriöser und insbesondere ehrlicher Journalismus schaue anders aus.

III. Ein Redaktionsmitglied trägt vor, es betreue beim Magazin die Heft-DVD und habe auch in der Ausgabe 4/2024 die Titelgeschichte geschrieben, samt dem Workshop auf Seite 17. Man bitte die Beschwerde abzulehnen, da sie aus ihrer Sicht inhaltlich unrichtig sei.

Das habe man unternommen:

Man habe den Beschwerdeführer angeschrieben mit der Bitte, die Beschwerde zurückzuziehen. Er habe jedoch nur seine Meinung wiederholt und sei auf ihre Argumente nicht eingegangen. Den fehlenden Anhang (ein Anschreiben von Ashampoo, dass sie selbst die Software als Freeware bezeichnen) habe er auch nicht nachgeliefert.

Der Beschwerdegegner legt das Anschreiben an den Beschwerdeführer vor, das inhaltlich auch als Stellungnahme zur Beschwerde zu werten sei. Im Anschluss an den Anhang habe er versucht, Begrifflichkeiten zur Heft-DVD zu erklären. Im Anhang finde man den Artikel mit Workshop, Titel und Label zum Beleg, dass das Wort „Premium“ Teil der Ausgabe sei, sowie die im Anschreiben zitierten Webseiten von Ashampoo in ausgedruckter Form, dass Ashampoo den Wert der Software selbst auf 30 Euro festlege.

Im Schreiben an den Beschwerdeführer trägt die Redaktion unter anderem vor, von [Name Produkthersteller] habe man im Vorfeld ein Produktblatt erhalten (die Beschwerdegegnerin verlinkt auf das Produktblatt). Daraus gehe eindeutig hervor, dass die Software einen Wert von 30 Euro hat. Außerdem werbe das Unternehmen auf dieser Seite hier selbst mit durchgestrichenen 30 Euro. Die Version 26 (jetzt 27) koste sogar 50 Euro.

Die Software sei also nicht, wie der Beschwerdeführer behaupte, eine Freeware. Der Hersteller könne jederzeit in seinem Shop das Angebot löschen, und die Software künftig für 30 Euro oder auch einen anderen Betrag verkaufen. Man könne sich nur an Abmachungen orientieren, die der Hersteller mit ihnen getroffen habe.

Ein Hinweis von ihnen, dass es die Software beim Hersteller momentan ebenfalls kostenlos gebe, mache keinen Sinn, insbesondere wenn man die langen Produktionszeiten mit der Heft-Abgabe zwei Wochen vor Erstverkaufstag (EVT) berücksichtige.

Dass Firmen mehrere Programme unter gleichem Namen mit unterschiedlichem Funktionsumfang besitzen, sei normal. So gebe es oft Standard, Professional und Business, Basic und Ultima Versionen. Das Programm mit den wenigsten Funktionen werde oft als Vollversion für Marketingzwecke zur Verfügung gestellt. Regelmäßig wäre es für ein Softwareunternehmen ungeschickt, wenn es dabei nicht auf seine Version mit den zusätzlichen Funktionen innerhalb des Programms verlinken würde. Dieser Hersteller verwende Jahreszahlen für die Standardversion und Versionszahlen für die erweiterte Version. Eine Verwechslung von 2024 (für 30 Euro) und 26 (mittlerweile 27, für 50 Euro) erscheine unwahrscheinlich.

Die Formulierung „mit Werbung verseuchter Software“ sei aus ihrer Sicht ebenfalls unzutreffend. Die Werbung schränke die Funktionalität des Programms nicht ein, was der Begriff „verseucht“ impliziere. Eine weitere Deutung wäre, dass die Software mit Schadsoftware verseucht sei. Dies sei aber nicht der Fall, denn man überprüfe alle Programme mit mehreren bekannten Virenscannern.

Die Programme auf der Heft-DVD sollten die Inhalte des Heftes unterstützen. Der Leser solle das Gelesene selbst sofort umsetzen können. Dazu gebe es meistens mehr als 100 Programme auf der Heft-DVD. Man orientiere sich bei der Auswahl der Programme in erster Linie an der Funktionalität. Ab Ausgabe 3/2024 habe man beschlossen, sich auch bei den Vollversionen mehr an der Funktionalität orientieren.

Das Titelthema in Ausgabe 4/2024 sei Windows-Tuning gewesen. Da passe eine Windows-Tuning-Software wie [Name Softwareversion auf DVD] sehr gut dazu. Im Titelartikel gebe es auch einen einseitigen Workshop (Seite 17) zu der Vollversion. Die Vollversion hervorzuheben (Premium-Vollversion), die zum Titelthema gehöre, erscheine sinnvoll. Und wie gesagt, die Programme des Herstellers seien funktional sehr gut. Premium-Vollversion bedeute für sie die beste Vollversion der Premium-Ausgabe. Der Begriff habe eine Historie, als es noch mehrere – von den DVD-Beigaben – unterschiedliche Ausgaben gegeben habe. Mittlerweile gebe es nur noch die Premium-Ausgabe. Auf dem Rand des Heftes stehe nach wie vor „Premium“. Und die beigelegte Heft-DVD trage auch noch den Titel „Premium-DVD.“

Man lege Heft-DVDs seit mehr als 20 Jahren den Heften bei. Die Grundidee sei dabei, dass die Leser die Heftinhalte möglichst sofort umsetzen können. So auch in der Ausgabe 4/2024, in der man zur Titelgeschichte Windows-Tuning die – aus ihrer Sicht – sehr gute Windows-Tuning-Software beigelegt habe.

Im Gegensatz zu den Lizenztypen Opensource, Freeware, für Privat kostenlos, und vieles mehr, sei der Begriff Vollversion nicht ein über eine Lizenz definierter Begriff. Vollversionen besäßen keine bestimmte Lizenzform. Auch müssten sie nicht von einer Marke stammen. Generell sei jede Software eine Vollversion. Wenn sie das mache, was der Nutzer erwarte, sei es eine Vollversion, wenn nicht, dann nicht. Also auch ein Skript aus drei Codezeilen, das nur einen einzigen Registry-Wert in Windows ändere, und eine Funktion repariere oder freischalte, könne eine Vollversion sein. Die Funktionalität bestimme die Vollversion. Begriffe wie Markenversion oder Kaufversion haben sich in der Branche nicht durchgesetzt.

Zur Info: Andere Formen der von Firmen zur Verfügung gestellten Software seien Vorjahresversionen (-1 oder -2), also eine oder zwei Versionsnummern niedriger. Eine andere Möglichkeit sei es, Funktionen zu blockieren und eine neue Version meist mit dem Zusatz Special Edition (SE) zu versehen. Es gebe auch noch eine zeitliche Einschränkung. Da habe man willkürlich eine Grenze von einem Jahr gezogen.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Die Mitglieder des Beschwerdeausschusses sehen keine Irreführung nach Ziffer 2 des Pressekodex. Die Überschrift „GRATIS Premium-Vollversion „[Produktname] 2024 im Wert von 30 Euro“ ist von der journalistischen Sorgfaltspflicht gedeckt. Der Beschwerdeausschuss folgt der Argumentation der Redaktion, die ausführlich offengelegt hat, wie sie den Begriff „Vollversion“ beurteilt. Auch bei der Beurteilung des Gegenwerts der Software sehen die Mitglieder keinen Verstoß gegen die Sorgfaltspflicht. Auch diese Bewertung ist zulässig.

C. Ergebnis

Insgesamt liegt damit kein Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats vor, so dass der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet erklärt.

Die Entscheidung ergeht einstimmig.

Ziffer 2 – Sorgfalt

Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.

Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.

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