

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 1
in der Beschwerdesache 0810/24/1-BA

Ergebnis: **Beschwerde begründet, Missbilligung, Ziffer 2**
Datum des Beschlusses: **05.12.2024**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

Die Onlineausgabe eines Nachrichtenmagazins veröffentlicht am 04.08.2024 einen kritischen Artikel über die Probleme des Elektroautobauers Tesla. Unter der Überschrift „Elon Musk unter Druck“ heißt es, Tesla baue auf allen Märkten ab. Die Zeiten, in denen sich der Tesla-CEO feiern lassen konnte, seien lange vorbei. Der Elektrotrend ebbe ab und es fehlten neue Modelle.

Die Kunden, die einen Tesla wollten, schienen mittlerweile einen zu haben, und es fehle ein Kaufimpuls durch neue Modelle. Selbst der Cybertruck laufe auf dem Heimatmarkt USA nicht so gut wie erwartet. Auch Die Modelle S und X seien technisch betagt.

Gerade Hersteller aus China seien oftmals überlegen und profitierten von geringen Herstellungskosten. Jüngste Analysen der Finanzplattform Finbolds ergäben, dass die Marktdominanz von Tesla keine mehr sei. Sie habe sich in den USA von 74,8 im Jahr 2022 auf 49,7 Prozent im Jahr 2024 reduziert.

In einer Zwischenüberschrift heißt es, die „Tesla-Motorhaube öffnet während der Fahrt“ – davon seien zwei Millionen Autos betroffen.

Die zuletzt neu zugelassenen Elektroautos lägen weit hinter dem zurück, was einmal prophezeit wurde. Der Marktanteil auf dem Heimatmarkt sei gesunken. Im ersten Quartal 2023 habe es noch einen Zuwachs von 4,4 Prozent gegeben, im dritten Quartal habe es

einen Rückgang von 9,3 Prozent gegeben. Auch andere US-Hersteller konnten demnach kaum von der Tesla-Schwäche profitieren.

Dafür sei es anderen etablierten Herstellern gelungen, schrittweise auf E-Produkte umzusteigen. General Motors habe seinen Anteil von 0,3 auf 6,6 Prozent steigern können, ebenso wie Hyundai, Kia und Ford.

Die Schwäche Teslas betreffe nicht nur den amerikanischen Heimatmarkt, sondern auch weltweit sei der Marktanteil von Tesla rückläufig. Bereits Ende 2023 sei das Unternehmen vom chinesischen Hersteller BYD überholt worden. Der Artikel beruft sich dabei auf eine Studie von Finbold und zitiert auch einen der Mitarbeiter.

Es fehle auch an Produktsubstanz bei Tesla. Die Modelle X und S seien in die Jahre gekommen, ebenso wie das Modell 3 und Y.

II. Der Beschwerdeführer kritisiert, dass der Beitrag eine Vielzahl falscher Tatsachenbehauptungen enthalte und zahlreiche unbestätigte Gerüchte unkommentiert als Tatsachen darstelle, und zwar ausnahmslos zum Nachteil von Tesla. Der Beitrag verstoße damit massiv gegen Ziffer 1 (Wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit) sowie Ziffer 2 (Sorgfaltspflicht / Vermutungen sind als solche zu kennzeichnen).

Die falschen Tatsachenbehauptungen seien:

1. „Selbst der Cybertruck, bisher nicht für Märkte in Europa oder Asien gedacht, läuft auf dem Heimatmarkt USA nicht so gut, wie es viele erwartet hatten“.

Für diese als Tatsache formulierte Aussage gebe es keine Belege. Dies sei eines der vielen Gerüchte, die kontinuierlich gestreut würden, um den Kurs der Tesla-Aktie im Sinne der Short-Seller zu manipulieren. Tesla biete z. Zt. ausschließlich die Founders-Series für 100.000 / 120.000 \$ an, und könne mit diesen Modellen seine aktuelle Produktion auslasten. Man habe im Gegenteil nicht damit gerechnet, dass Tesla die hochpreisige Founders-Serie so lange verkaufen könne. Im Juli sei der Cybertruck das bestverkaufte Fahrzeug seiner Preisklasse. Trotz des deutlich höheren Preises verkaufe sich der Cybertruck seit Mai sogar besser als die Elektro-Trucks von Ford und Rivian.

Der Beschwerdeführer führt weiter sehr detailliert an, mit welchen günstigeren Modellen Tesla neue Käufer gewinnen werde.

2. „Tesla Model S und Model X sind technisch gesehen betagte Elektromodelle.“

Dies sei falsch und widerspreche auch der Einschätzung der Fachpresse. Das Model S habe 2021 ein weitreichendes Facelift mit neu gestaltetem Innenraum, verbesserter Reichweite und 17 % geringerem cw-Wert erhalten. Weitere technische Updates seien 2022 und 2023 erfolgt. Der Beschwerdeführer zitiert ausführlich einen Bericht des ADAC, nach dem die Modelle technisch auf dem neuesten Stand sind.

3. „Tesla-Modelle sind technisch nicht mehr topaktuell. Gerade die Hersteller aus China sind Tesla in Akku- und Plattformtechnik oftmals überlegen“.

Auch diese Behauptungen entbehrten jeder Grundlage und seien frei erfunden. Gerade bei der Qualität der Assistenten und der Software befinde sich die chinesische Konkurrenz noch am Anfang und sei von der Qualität der Tesla-Software weit entfernt.

Eine Reporterin, die Tesla mit der chinesischen Konkurrenz vergleiche, sage dazu (sinngemäß): „Die Chinesen lieben technische Raffinessen, aber oft funktionieren diese bei den chinesischen Modellen unzuverlässig und sind nicht ausgereift.“ Dies werde auch in der deutschen Fachpresse bestätigt. ADAC: „Nio-Modelle sind gespickt mit Sensoren für die Assistenzsysteme, wie gut am Dach zu sehen ist.“

Tesla sei in China bestens vernetzt und habe Zugriff auf alle Akku-Entwicklungen, die auch andere Hersteller einsetzen. Auch hierfür führt der Beschwerdeführer zahlreiche Beispiele an.

4. „Die jüngsten Analysen der Finanzplattform Finbolds ergeben, dass die Marktdominanz von Tesla zumeist keine solche mehr ist. Allein in den USA reduzierte sich diese von 74,8 Prozent im Jahre 2022 auf gerade einmal 49,7 Prozent im zweiten Quartal 2024“.

Diese Aussage zur Marktdominanz sei falsch. Natürlich sei Tesla weiterhin mit großem Vorsprung deutlicher Marktführer. *Auto Motor Sport* schreibe am 1.5.2024: „Tesla dominiert alle Märkte“ oder: „E-Autos Hersteller in der Krise: Tesla dominiert den Markt (Industriemagazin, 26.4.2024)“. Im zweiten Quartal 2024 habe Tesla zudem in den USA 164.264 Einheiten verkauft, fast siebenmal so viel wie der Zweitplatzierte (Ford mit 23.957).

5. „Bereits Ende vergangenen Jahres wurde das Unternehmen von dem chinesischen Hersteller BYD überholt“.

Hier verschweige die Redaktion, dass Tesla in Q1 und Q2 2024 bei Elektroautos wieder an BYD vorbeigezogen sei: Den mit „bereits“ angedeuteten Trend gebe es nicht.

6. „Während die Zahlen aus der Finbold Studie eine düstere Situation für Tesla und die gesamte Elektroautoindustrie vermuten lassen“.

Hier erfinde die Redaktion eine „düstere Situation“ für Tesla. Tatsächlich sei die Auslastung der Tesla-Fabriken besser als bei der Konkurrenz und die Gewinnzone nicht gefährdet. Tesla sei der einzige schuldenfreie E-Auto-Hersteller (25 Mrd. Rücklagen) und unangefochtener Marktführer weltweit. Tesla sei als einziger Hersteller von E-Autos stabil in der Gewinnzone. Das Model Y verkaufe sich gut und könne auch 2024 das bestverkaufte Auto werden. Tesla verfüge über weitere, profitable Geschäftsfelder (eigenes Ladenetzwerk, stationäre Speicher ...), die in Q2 bereits 16 Prozent vom Umsatz ausmachten.

Tesla sei im Vergleich zu VW, Mercedes, BMW, Ford, Rivian und vielen weiteren Konkurrenten dank seiner technologischen Führerschaft, seiner Marktdominanz, seiner hohen Innovationsgeschwindigkeit, seiner guten Kosten-Kontrolle, seiner hohen Rücklagen, seiner vertikalen Fertigung, seiner Diversifikation (Tesla sei kein reiner PKW-Hersteller!), seiner guten Positionierung im Wettrennen um das autonome Fahren, seiner weiteren AI-Projekte (Robo-Taxi, Roboter-Optimus) und seiner agilen Unternehmensstruktur in einer ausgesprochen stabilen Position mit guten Zukunftsaussichten.

7. „Weltweit ist der Marktanteil rückläufig“.

Diese Aussage sei in ihrer Absolutheit falsch. Die Spitzenposition von Teslas Ladenetzwerk sei unangefochten. Das Speichergeschäft boome und habe seinen Absatz von Q1 nach Q2 2024 mit einer Steigerung von 4 GWh auf 9 GWh mehr als verdoppelt!

Sehr detailreich beschreibt der Beschwerdeführer außerdem den Erfolg des LKW-Geschäfts.

8. „Bei Tesla müsste endlich ein neues Model her. Die schwierige Marktlage für Elektroautos ist das eine, doch es fehlt zunehmend die Produksubstanz bei Tesla, denn nicht allein Model X und insbesondere Model S sind in die Jahre gekommen“.

Die Redaktion ziehe falsche Schlussfolgerungen aufgrund ihrer unzutreffenden Analyse. Tesla könne gut von seiner jetzigen Produktstruktur leben. Es müsse kein neues Modell her, weil Tesla die bestehenden Modelle regelmäßig technisch aufwerte. Diese Refreshs seien etwas völlig anderes als die bei anderen Herstellern übliche, kosmetische Modellpflege. Sie seien eher als Modellwechsel einzustufen.

Zusätzlich verfüge Tesla über ein Modell im 25.000-Dollar-Bereich. Sobald die Nachfrage nach E-Autos wieder anziehe, könne Tesla die Produktion starten (etwa in 2. HJ 2025). Die Produktionslinien existierten bereits in Austin, Texas, da Tesla auf dieser Plattform auch eine Version ohne Lenkrad für das Robo-Taxi-Projekt produzieren werde. Dieses Robotaxi werde Anfang Oktober vorgestellt. Die Redaktion demonstriere ein erhebliches Unwissen (bewusst oder unbewusst) über die Situation von Tesla.

9. „Die Modellpflege des Model 3 war dünn“.

Auch diese Aussage sei grundlos und widerspricht allen Einschätzungen in der Fachpresse. Tesla hat mit dem letzten Modell-3-Refresh (Highland) viele Verbesserungswünsche der Kunden umgesetzt: Rundum-Akustikverglasung, belüftete Sitze und ein deutlich verbessertes Fahrwerk. Weitere Details sind: farbige Ambientbeleuchtung, ein zweiter Bildschirm im Fond, mehr Nutzfläche beim Bildschirm vorne, verbessertes Soundsystem mit 22 Lautsprechern, nochmals 40 Liter mehr Platz für Gepäck (jetzt 680 l, also mehr als jedes Nicht-Tesla-SUV), innen bessere Materialien auf Premium-Niveau, ein neues, modernes Front- und Heck-Design sowie ein aktives Fronthaube-Fußgängerschutzsystem.

Trotz dieser Aufwertung habe Tesla den Preis nicht erhöht, alle genannten Features gehörten beim Model 3 ab sofort zur Serienausstattung, während ein vergleichbares Audiosystem bei Audi 3000 € Aufpreis koste.

Der Beschwerdeführer führt als Belege für seine Aussage Berichte von *Autobild* und des ADAC, den er umfassend zitiert. Er fügt auch eine Tabelle von *Youtube* bei, die die Effizienz belegen soll.

10. „... auch die überfällige Überarbeitung des Model Y sieht nach aktuellem Stand eher überschaubar aus“.

Hier beteilige sich die Redaktion am Verbreiten von Gerüchten. Positive Hinweise würden verschwiegen. Es gebe keinen Grund anzuzweifeln, dass Tesla auch bei der Pflege des Modell Y genauso ambitioniert vorgehe. Voraussichtlich bekomme auch das Model Y bessere Materialien auf Premium-Niveau, ein besseres Fahrwerk und evtl. ebenfalls mehr Reichweite. Durch Weglassen von Informationen manipulierte die Redaktion ihre Leser.

11. „2 Millionen Autos betroffen: Tesla-„Motorhaube“ öffnet während der Fahrt“.

Dies sei ein Verweis auf einen älteren Artikel, zu dem die Redaktion kein Datum angebe. Dieser Link sei eine stark verfälschende Tatsachenbehauptung. Richtig sei: Die Verriegelung der Frunkhaube arbeite fehlerfrei und zuverlässig. Es gebe keinen einzigen Fall, bei dem sich die Frunkhaube während der Fahrt geöffnet habe. Der Hintergrund der Meldung sei etwas völlig anderes als vom Artikel suggeriert: Auf dem 8 / 10 Display werde bei bestimmten Modellen eine versehentlich nicht eingerastete Haube nicht in allen Situationen korrekt angezeigt. Dieser Fehler sei mit der ab dem 18.06.2024 verteilten Firmware-Version 2024.20.3 kostenlos in einem Software-Fix über „Over-The-Air“ behoben worden. Alle Teslas

würden seit Ende Juni eine nicht vollständig eingerastete Haube erkennen und zeigten im Display eine Warnmeldung.

Die Redaktion verfälsche hier bewusst den Hintergrund eines Software-Updates, um Tesla zu schaden und die Marke Tesla in Misskredit zu bringen. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sei das Problem per Software-Update schon behoben gewesen. Die Berichte über Tesla-„Rückrufe“ seien immer falsch, da es in der Regel keinen physikalischen Rückruf gebe und das Problem von Tesla per OTA-Update behoben werde.

Der gesamte Bericht sei eine Abfolge von Falschbehauptungen und manipulativ formulierten Aussagen. Er sei als bewusst konstruierte Desinformation einzustufen. Der Bericht habe erkennbar nur den Zweck, das Ansehen von Tesla zu beschädigen unter völliger Missachtung von Wahrhaftigkeit und weiteren journalistischen Grundsätzen des Pressekodex. Es sei sehr offensichtlich, dass es bei der Redaktion den Auftrag gibt, Tesla mit allen Mitteln zu bekämpfen, ohne Rücksicht auf die Verpflichtung gegenüber dem Pressekodex und der Öffentlichkeit. Berichte über Tesla und Elektromobilität dieser Machart veröffentliche die Redaktion seit Jahren so gut wie wöchentlich.

Die Redaktion werde evtl. versuchen, die aufgestellten Behauptungen als persönliche Meinung des Autors darzustellen und zu verharmlosen. Diese Ausrede sollte nicht akzeptiert werden, da alle Aussagen als Tatsachenbehauptungen formuliert seien und es nirgends die Formulierung „der Autor meint“ oder den Zusatz „Kommentar“ gebe. Auch als Meinungsäußerung wäre der Bericht aus Sicht des Beschwerdeführers aufgrund der extremen Häufung von nicht belegbaren Aussagen zu rügen.

III. Der Chefredakteur nimmt Stellung. Man habe die zahlreichen Einwände geprüft.

Der Artikel stamme von einer auf Mobilitätsthemen spezialisierten Textagentur, die weltweit seit 1994 für mehr als 60 Kunden – darunter die wichtigsten Automedien in Deutschland, Österreich, Schweiz, England, China, Spanien, Portugal, etc. – arbeite. Auch diese habe man zu den Vorwürfen um Stellungnahme gebeten. Die Beanstandungen erwiesen sich danach in allen Punkten als unbegründet. Der Einfachheit halber orientiere man sich an der Nummerierung in dem Anhang zu dem Beschwerdeschreiben.

Zu Ziffer 1: „Selbst der Cybertruck, bisher nicht für Märkte in Europa oder Asien gedacht, läuft auf dem Heimatmarkt USA nicht so gut, wie es viele erwartet hatten“.

Diese Aussage nehme Bezug auf eine Diskrepanz zwischen dem, was tatsächlich passiere, und dem, was „viele erwartet hätten“. Es handle sich um eine wertende Einordnung, da die Erwartungshaltungen der Marktbeobachter nur durch eine Gesamtschau veröffentlichter Statements, vertraulicher Gespräche und weiterer Informationsquellen ermittelt werden könnten und dann zusätzlich noch eine Gewichtung stattfinde. Man verweise auf das Statement der Agentur:

„Bei unseren dargestellten Inhalten handelt sich keineswegs um Gerüchte. Wir waren in den vergangenen Monaten mehrfach zu diesbezüglichen Recherchen in den USA. Bei unseren Besuchen haben wir mit verschiedenen Kollegen und unterschiedlichen Händlern sowie Elektro- und Branchenexperten in den USA und hier speziell in Florida, Kalifornien, Arizona und den Südstaaten gesprochen. Hier gab es ein durchweg einheitliches Bild, dass der Tesla Cybertruck nach einem anfänglichen Nachfrage- und Kaufhype im Kundeninteresse sehr schnell deutlich abgefallen ist. Dies hat sich insbesondere durch die Schwarzmarktpreise bemerkbar gemacht, denn die anfänglichen mehrere zehntausend Dollar mehr an Kaufpreisen fielen spürbar ein.“

Zu Ziffer 2: „Tesla Model S und Model X sind technisch gesehen betagte Elektromodelle.“

Auch die Einordnung der Modelle S und X als „technisch gesehen betagt“ sei eine zulässige redaktionelle Wertung. Der Beschwerdeführer könne natürlich anderer Meinung sein, aber ein Kodexverstoß sei fernliegend. Die Agentur schreibe dazu:

„Wir stehen mit Nachdruck zu der Aussage, dass die Fahrzeuge Tesla Model S und Model X optisch wie technisch in die Jahre gekommen sind. Das umfasst nicht allein die Komfortausstattungen, die mittlerweile deutlich hinter der deutschen, europäischen, asiatischen und teilweise auch amerikanischen Konkurrenz zurückstehen, sondern auch Teile der Antriebstechnik, Fahrerassistenz und der Motoren. Hier sind Hersteller wie BYD, Mercedes, BMW, Porsche / Audi oder auch Cadillac mit moderneren Motoren, teils Getrieben, Achsen (Radlager mit weniger Reibung, rollwiderstandsoptimierte Reifen, etc.) unterwegs, die innovativer als die Tesla-Technik ist. Dass die Sportversion des Model S (Plaid) in dem alten Fahrzeug mit zugegeben deutlich mehr Leistung erst vor knapp drei Jahren auf den Markt kam, beeinflusst unsere durchaus volumenverträgliche Meinung der betagten Technik nicht.“

Zu Ziffer 3: „Tesla-Modelle sind technisch nicht mehr topaktuell. Gerade die Hersteller aus China sind Tesla in Akku- und Plattformtechnik oftmals überlegen“.

Hier gelte das zu Ziffer 2 bereits Ausgeführte. Ob ein Fahrzeug in bestimmter Hinsicht als „topaktuell“ angesehen werden könne, sei ein Paradebeispiel für eine Meinungsäußerung, die jeder Redaktion freisteht. Die Agentur nehme wie folgt Stellung:

„(...) sind einige Hersteller im Bereich Fahrerassistenz deutlich weiter als Tesla und bieten hier wie Mercedes oder BMW beispielsweise die Fahrerassistenzstufe 3. Zu nennen sind hier Modelle wie der BMW 7er / i7, der BMW i5 / 5er, die Mercedes S-Klasse / EQS oder auch erste Modelle von chinesischen Wettbewerbern.“

Dass Sie unsere Aussage, „gerade die Hersteller aus China sind Tesla in Akku- und Plattformtechnik oftmals überlegen“ nicht nachvollziehen können, ist für uns mehr als irritierend. Gerade die neuen Plattformen aus dem Volkswagen Konzern, von Mercedes, BMW, Geely oder BYD sind Tesla in der Tat weit überlegen, da diese flexibel für verschiedene Antriebstechnologien (Elektro, Hybrid, PHEV, Verbrenner) ausgelegt sind und auch weitreichende Möglichkeiten für die nächsten Schritte der Fahrerassistenz oder neuer Karosseriederivate bieten.“

Zu Ziffer 4: „Die jüngsten Analysen der Finanzplattform Finbolds ergeben, dass die Marktdominanz von Tesla zumeist keine solche mehr ist. Allein in den USA reduzierte sich diese von 74,8 Prozent im Jahre 2022 auf gerade einmal 49,7 Prozent im zweiten Quartal 2024“.

Der Beschwerdeführer verwechsle – bewusst oder unbewusst – Marktdominanz und Marktführerschaft. Die Aussage im Artikel, dass die Marktdominanz von Tesla zumeist keine solche mehr sei, werde durch unstrittige Zahlen unterfüttert. Hingegen werde mit keinem Wort gesagt, Tesla sei nicht mehr Marktführer. Selbstverständlich erkannten die Leser, dass 49,7 % Marktanteil weiterhin die Marktführerschaft bedeuteten, da sich bekanntermaßen die restlichen 50,3 % auf diverse europäische, amerikanische, japanische, chinesische usw. Unternehmen verteilten. Das sei aber eben nicht mehr die Art von Dominanz, wie sie noch 2022 mit 74,8 % Marktanteil geherrscht habe.

Zu Ziffer 5: „Bereits Ende vergangenen Jahres wurde das Unternehmen von dem chinesischen Hersteller BYD überholt“.

Hier gebe der Beschwerdeführer die Antwort selbst: Der Artikel spreche von der Zeit Ende des Jahres 2023 und nicht über Q1 / Q2 2024. Für den angegebenen Zeitpunkt sei die Aussage korrekt. Die Agentur führe weiter aus:

„Gerne erlauben wir uns jedoch den aktuellen Hinweis, dass Tesla mittlerweile auch in Deutschland nur noch auf Platz drei hinter VW und BMW zurückgefallen ist.“

Zu Ziffer 6: „Während die Zahlen aus der Finbold Studie eine düstere Situation für Tesla und die gesamte Elektroautoindustrie vermuten lassen...“.

Die Beschwerde ignoriere, dass der Satzteil „Während die Zahlen aus der Finbold Studie eine düstere Situation für Tesla und die gesamte Elektroautoindustrie vermuten lassen ...“ nicht von der Redaktion stamme, sondern aus einem Zitat von Andreja Stojanovic von der Finanzplattform Finbold. Es handelt sich also um eine Interpretationshilfe des Erstellers der in dem Artikel (unter anderem) behandelten Studie. Zudem werde, wenn man den Kontext berücksichtige, in diesem Zitat gerade mitgeteilt, was gegen eine düstere Situation spreche. Der Beschwerdeführer verwahre sich reflexhaft dagegen, Tesla in einem Satz mit irgendwelchen negativ klingenden Begriffen zu nennen – selbst wenn der Satz der negativen Sichtweise gerade entgegentrete.

Zu Ziffer 7: „Weltweit ist der Marktanteil weiter rückläufig“

Der Beschwerdeführer ziehe nicht in Zweifel, dass der Tesla-Marktanteil bei Elektroautos rückläufig sei. Er setze dem entgegen, Tesla habe eine Spitzenposition beim Ladenetzwerk und Tesla werde bald auch zu den größten Lkw-Herstellern gehören (was beides nicht Gegenstand des Artikels sei). Außerdem sei der Marktanteil keine geeignete Metrik für die wirtschaftliche Position. Keines dieser drei „Argumente“ könne aber die im Artikel getroffene Aussage widerlegen. Es gebe hier keinen Widerspruch, sondern nur eine bemerkenswerte Entschlossenheit des Beschwerdeführers, alles abzuwehren, was nicht zu seiner Tesla-Begeisterung passe.

Zu Ziffer 8. „Bei Tesla müsste endlich ein neues Model her. Die schwierige Marktlage für Elektroautos ist das eine, doch es fehlt zunehmend die Produksubstanz bei Tesla, denn nicht allein Model X und insbesondere Model S sind in die Jahre gekommen“.

Man verweise hierzu bereits auf die Ziffer 2. und 3. Abermals frage man sich, weshalb der Presserat überhaupt Beschwerdepunkte zum Verfahren zulässt, die ersichtlich reine redaktionelle Bewertungen zum Gegenstand hätten. Die „Argumente“ des Beschwerdeführers erschöpften sich darin, dass er gegenteiliger Meinung sei. Zudem werde auf blumige Firmenankündigungen verwiesen.

Man zitiere zunächst die Stellungnahme der Agentur:

„Zu dieser Aussagen stehen wir mit Nachdruck zweifellos. Die Modelle von Tesla – speziell Model S und Model X – sind in die Jahre gekommen. Das Model S stammt aus 2012 – ist mehr als 12 Jahre alt und das Model X stammt aus 2015 – fast zehn Jahre alt. Siehe daher Antwort 2. Auch die Modelle Tesla Model 3 und Y sind technisch nicht mehr auf dem aktuellen Stand und so benötigt Tesla dringend einen Impuls durch neue Modelle, um den Innovationsgrad und Begehrlichkeit der vergangenen Jahre aufrechtzuerhalten und wieder zu beleben.“

Was die vom Beschwerdeführer angeführten Ankündigungen für 2025 angehe, erlaube man sich ein Zitat aus dem „Capital“-Artikel „Fährt das autonome Robotaxi Tesla aus der Klemme?“, abrufbar unter <https://www.capital.de/wirtschaft-politik/faehrt-das-robotaxi-tesla-aus-der-falle--35129906.html>:

„Es ist nicht das erste Mal, dass der 53-Jährige eine Robotaxi-Offensive ankündigte: Es war 2016, als er das autonome Fahren als „gelöstes Problem“ bezeichnete. Schon im Jahr darauf wollte er der Ankündigung zufolge voll autonome Fahrzeuge in den Markt bringen – und 2024 bereits eine Flotte von 1 Mio. Robotaxis unterhalten.“

Bei Musk bzw. Tesla müsse man also immer damit rechnen, dass Ankündigungen sich in Luft auflösen. Außerdem sei auch nicht ersichtlich, inwieweit Pläne für ein 25.000 US-\$-Modell oder Robotaxis die Aussage falsifizieren sollten, dass die Modelle S und X in die Jahre gekommen seien.

Zu Ziffer 9: „Die Modellpflege Model 3 war dünn“

Auch hier müsse man sich fragen, ob die Anforderung einer Stellungnahme durch den Presserat so zu verstehen sei, dass die Redaktion derartige offensichtlich legitime redaktionelle Wertungen nun langatmig begründen und verteidigen müsse. Man könne sich kaum vorstellen, dass der Beschwerdeausschuss darüber entscheiden wolle, ob eine solche Kfz-Modellpflege – nach welchen Maßstäben auch immer – üppig oder mager ausgefallen sei. Wenn dies aber nicht der Fall sei, müsse die Beschwerde von vornherein als zumindest teilweise als offensichtlich unbegründet zurückgewiesen werden.

Vorsorglich auch hier die Stellungnahme der Agentur:

„Auch zu dieser Aussage stehen wir mit Nachdruck. Optisch gab es kaum Veränderungen, die technischen Modifikationen waren gerade im Vergleich zu dem immer stärker werdenden Wettbewerb überschaubar. Das macht es einem Tesla Model 3 gerade gegenüber den neuen elektrischen Mittelklassemodellen von Audi, Mercedes, BMW, Kia / Hyundai, VW, Skoda, etc. schwer, seine einstig nahezu konkurrenzlose Position aufrechtzuerhalten.“

Zu Ziffer 10: „... auch die überfällige Überarbeitung des Model Y sieht nach aktuellem Stand eher überschaubar aus“.

Es gelte das bereits zu Ziffer 9 Gesagte. Die Agentur stehe nach ihren sehr guten Quellen zu dieser prognostischen Bewertung.

Zu Ziffer 11: „2 Millionen Autos betroffen: Tesla-„Motorhaube“ öffnet während der Fahrt“.

Der letzte Beschwerdepunkt beziehe sich auf ein eingebundenes Video, also einen separaten Beitrag, der hier https://www.focus.de/wissen/millionen-rueckruf-bei-tesla-2-millionen-autos-betroffen-tesla-motorhaube-oeffnet-waehrend-der-fahrt_id_260189030.html abrufbar sei. In diesem Video bzw. zugehörigen Text werde der Sachverhalt vollkommen korrekt dargestellt, weshalb auch hier nicht ersichtlich sei, woraus ein Kodexverstoß resultieren solle. Tesla selbst schreibe unter <https://www.tesla.com/support/recall-unintended-front-hood-opening> von einem freiwilligen Rückruf zur Vorbeugung von unbeabsichtigtem Öffnen der Fronthaube. Es wurde auch nicht behauptet, dass der Schließmechanismus nicht funktioniere, sondern dass die Gefahr eines Öffnens (= Hochklappens) der Motorhaube während der Fahrt bestehe, weil eine unzureichende Verriegelung unbemerkt bleiben könne.

Fazit

Die Beschwerde zeige keine einzige unsorgfältig recherchierte oder unwahre Darstellung auf. Das Verfahren sei ein Beispiel dafür, wie Tesla und Elon Musk es geschafft hätten, eine loyale Anhängerschaft um sich zu scharen, die jegliche kritische Meinung wie eine Art Majestätsbeleidigung angreife und zu unterdrücken versuche. Allein schon durch den Lästigkeitswert von Presseratsverfahren wie dem vorliegenden solle offenbar versucht werden, die Medien hiervon abzuschrecken. Man bitte den Deutschen Presserat, nicht nur die konkrete Beschwerde als unbegründet zurückzuweisen, sondern auch durch ein zumindest halbwegs robustes Vorverfahren dazu beizutragen, dass die Freiheit redaktioneller Meinungsäußerungen gegen solche Angriffe verteidigt werde und gewahrt bleibe.

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Die Mitglieder des Beschwerdeausschusses stellen fest, dass es sich bei den vom Beschwerdeführer vorgetragene Kritikpunkten ganz überwiegend um einen Bewertungs- und Meinungsstreit handelt. Für die unterschiedlichen Schlüsse, die die Redaktion einerseits und der Beschwerdeführer andererseits ziehen, gibt es in den meisten Fällen verschiedene Argumentationslinien, die unterschiedliche Bewertungen zulassen.

Dennoch stellt sich der Ausschuss die Frage, ob die teils sehr pauschalen Aussagen im Artikel („Tesla baut auf allen Märkten ab“, „Selbst der Cybertruck... läuft auf dem Heimatmarkt USA nicht so gut, wie viele es erwartet hätten“, „Tesla-Modelle sind technisch nicht mehr topaktuell“) insgesamt genügend Anknüpfungspunkte aufweisen.

Die ausführliche Darstellung der Redaktion zu den einzelnen Kritikpunkten ist insofern für den Ausschuss sehr hilfreich. So hat die Redaktion beispielsweise die allgemeine Einordnung (Punkt 1), der Cybertruck laufe auf den Heimatmärkten „nicht so gut, wie viele es erwartet hätten“, in ihrer Stellungnahme klar konkretisiert und deutlich gemacht, auf welchen Rechercheergebnissen diese Einschätzung beruht. Ebenso verhält es sich mit den Ausführungen zu den Punkten 2 bis 4. Auch bei den Punkten 6 bis 11 handelt es sich, wie aus der Stellungnahme der Redaktion hervorgeht, eindeutig um unterschiedliche Bewertungen, die aufgrund ausreichender Anknüpfungspunkte von der Sorgfaltspflicht nach Ziffer 2 des Pressekodex gedeckt sind.

Bei Punkt 5 jedoch sieht der Ausschuss eine Diskrepanz zwischen der Aussage: „Bereits Ende vergangenen Jahres wurde das Unternehmen von dem chinesischen Hersteller BYD überholt“ und den vom Beschwerdeführer vorgebrachten Kritikpunkten. Der Beschwerdeführer wirft der Redaktion vor, dass Tesla in Q1 und Q2 2024 bei Elektroautos wieder an BYD vorbeigezogen sei.

In ihrer Stellungnahme gibt die Redaktion an, der Artikel spreche von der Zeit Ende des Jahres 2023 und nicht über die ersten beiden Quartale des Jahres 2024. Diese Aussage steht jedoch im Widerspruch zu anderen Angaben im Artikel, die sich ganz eindeutig auf 2024 beziehen. Der Artikel erwähnt beispielsweise die „jüngsten Analysen“ von Finbolds, die ausdrücklich das zweite Quartal 2024 miteinschließen: „Allein in den USA reduzierte sich diese [Marktdominanz] von 74,8 Prozent im Jahre 2022 auf gerade einmal 49,7 Prozent im zweiten Quartal 2024“.

Die Mitglieder kommen deswegen zu dem Schluss: Angesichts der sehr pauschalen Aussagen im Artikel hätte die Redaktion hier insgesamt deutlicher machen müssen, auf welche genauen Zeiträume bzw. welche Recherchen sie sich bezieht und warum sie beispielsweise bei der Aussage über BYD die beiden ersten Quartale 2024 außen

vorgelassen hat. Am Ende des Textes ist dann nämlich wieder vom zweiten Quartal 2024 die Rede.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß gegen die Ziffer 2 des Pressekodex für so schwerwiegend, dass er gemäß § 12 Beschwerdeordnung die Maßnahme der Missbilligung wählt. Nach § 15 Beschwerdeordnung besteht zwar keine Pflicht, Missbilligungen in den betroffenen Publikationsorganen abzdrukken. Als Ausdruck fairer Berichterstattung empfiehlt der Beschwerdeausschuss jedoch eine solche redaktionelle Entscheidung.

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