

Toxische Zusammenhänge: Presse und Irreführung



Prof. Dr. Rupprecht Podszun

Mündliche Prüfung im UWG: Vor den Professoren sitzen vier angemessen nervöse Prüflinge. Angehende Juristinnen und Juristen, künftige Stützen der Gesellschaft. Geprüft wird ein Fall, den das OLG Frankfurt a. M. kürzlich entschieden hat (04.04.2022 – 6 W 8/22, WRP 2022, 887): Ein Cannabis-Verband hatte unter der Überschrift „Presseschau: Schwere Vorwürfe gegen Cannabisärzte-Startup X“ auf eine Internetseite verwiesen. Auf dieser fand sich nur die Pressemitteilung des Verbands selbst. Die Seite war Teil eines Internetportals, das Pressemitteilungen online stellt – betrieben übrigens von einer berühmten Nachrichtenagentur. Kann X gegen diese Darstellung vorgehen?

Erst in der Prüfung ging dem Prüfer auf, dass der Fall für die jungen Kandidat:innen eine ungeahnte Schwierigkeit mit sich brachte. Knackpunkt des UWG-Anspruchs: Mit „Presseschau“ hatte der Verband auf die *eigene* Mitteilung hingewiesen, dabei legt der Begriff „Presseschau“ doch nahe, ein Presseorgan hätte das Startup durchleuchtet! Der Frankfurter OLG-Senat schreibt lapidar: „Diese Unterscheidung ist für den Verkehr auch erheblich, bringt er doch Presseberichterstattungen auch aufgrund der der Presse obliegenden Sorgfaltspflicht ein größeres Vertrauen entgegen als der Äußerung eines Mitbewerbers, die mutmaßlich (auch) von eigenen geschäftlichen Interessen geprägt ist.“ Also: Irreführend. Ein klarer Fall – wenn man sich bewusst ist, was eine Pressemitteilung von einem Pressebericht unterscheidet. Der 6. Zivilsenat in Frankfurt a. M. sah das mit geschulten Augen, vermutlich wird das morgens noch die FAZ beim Frühstück gelesen, vielleicht sogar in print. Die Studierenden, *digital natives*, taten sich mit dieser Bewertung verständlicherweise schwerer.

Das UWG schützt die verlässliche, objektive Information, die gut recherchierte Nachricht an vielen Stellen – ohne vernünftige Entscheidungsgrundlage funktionieren Verbraucher- und Wettbewerbsschutz nicht. Entscheidungen wie die des OLG Frankfurt a. M. wirken in diesem Kontext beinahe rührend. Ein Verband spricht von „Presseschau“ statt „Pressemitteilung“ – im Meer der Desinformation ist das bestenfalls ein Tröpfchen. Das Bewusstsein für die Abgrenzung von „biased information“ und objektiven Meldungen schwindet beim digitalen Informationskonsum. Dadurch wird nicht nur die informierte wirtschaftliche Entscheidung gefährdet. In den Datenfluten des Internets sind auch die Informationen verwoben, die für den gesellschaftlichen, politischen Austausch nötig sind. Die großen Plattformen haben die Verquickung von Kommerz, News, Entertainment und Sensation perfektioniert. Das für eine Gesellschaft konstitutive demokratische Gespräch wird längst irgendwo zwischen Twitter und YouTube pulverisiert.

Ganz unschuldig ist die Medienbranche daran nicht, wie der Fall aus Frankfurt a. M. zeigt: Eine berühmte deutsche Presseagentur, deren Kerngeschäft es einmal war, seriös und unbestechlich Meldungen zu prüfen und aufzubereiten, beglückt das Internet mit einem Portal, in dem schlicht Pressemitteilungen „rausgehauen“ werden. Wen wundert es da noch, dass der Unterschied zwischen „Pressemitteilung“ und „Presseschau“ verblasst? Die Presse hat – konfrontiert mit der digitalen Disruption – ihr eigenes Geschäftsmodell kontinuierlich untergraben. Noch heute werfen sich Medienunternehmen in die krakenartigen Fangarme von Big Tech. Dabei könnte man doch 2022 schon wissen, dass man in diesen Armen typischerweise nicht schwimmen lernt, sondern erdrückt wird.

Ökonomisch betrachtet ist der Wert der originären Leistungen der Presse gesunken, weil die Nachfrage wegbricht. Gerüchte, Falschmeldungen oder verkürzte Darstellungen bringen eher den Klick-Erfolg als komplexe, aufwändig recherchierte Informationen. Die Kosten sind geringer, die Werbeeinnahmen höher. Ein toxischer Zusammenhang: Die qualitativ hochwertige Leistung wird durch Billighäppchen substituiert. Das ist so, als würden viele Menschen nur noch Fast Food zu sich nehmen. Diese freie Entscheidung der Marktteilnehmer wird durch die gesellschaftlichen Kosten problematisch: Beim Fast Food steigen die Gesundheitsausgaben, bei Fast News geraten fairer Wettbewerb und demokratischer Austausch unter Druck.

Was kann das UWG leisten, um diese Gefahren abzuwenden? Zunächst ist festzustellen, dass das UWG hier eine Aufgabe hat, weil Markt und Demokratie so eng verknüpft sind – Lauterkeitsrecht als Demokratiesicherung. Dann ergibt es auch Sinn, dass sich die Justiz über zwei Instanzen mit dem Begriff „Presseschau“ beschäftigt. „Der Verkehr erwartet in einer ‚Presseschau‘ eine Zusammenstellung von Berichten von Presseorganen“, heißt es im OLG-Beschlussforsch (WRP 2022, 887, Ls. und Rn. 11). Dass es diesen Verkehr noch gibt, gründet darauf, dass mit dem UWG die Grenzverletzungen abgestellt werden. Den Rest muss eine Medienpolitik übernehmen, die Vielfalt erhält und Medienkompetenz schult.

Der Verkehrskreis der UWG-Prüflinge übrigens hat natürlich den Knackpunkt noch entdeckt und den universitären Schwerpunktbereich ordentlich absolviert. Nichts gegen unsere Studierenden aus der Generation Instagram. Sie sind großartig. Und sie essen hoffentlich nicht nur Fast Food.

Prof. Dr. Rupprecht Podszun, Düsseldorf