

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 3**  
**in der Beschwerdesache 0022/19/3-BA**

**Beschwerdeführer:** Herr Michael Altenhenne

**Beschwerdegegner:** HUFFINGTON POST DEUTSCHLAND Online

**Ergebnis:** Beschwerde begründet, Missbilligung, Ziffer 7

**Datum des Beschlusses:** 20.03.2019

**Mitwirkende Mitglieder:** Johannes Endres, DJV (Vorsitzender)  
Anne Schneller, dju (stv. Vorsitzende)  
Ralph Bauer, DJV  
Dr. Berthold Hamelmann, BDZV  
Manfred Protze, dju

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. HUFFINGTON POST DEUTSCHLAND Online veröffentlicht unter der Dachzeile „BLOG“ den Beitrag „Warum die Zucht von Orcas so wichtig ist“, der sich kritisch mit der Forderung nach einem Zuchtstopp für Delfine auseinandersetzt. Es brauche die Zucht in Delfinarien zur Erforschung der Tiere und zum Erhalt bestimmter Populationen, die z.B. Umweltverschmutzung ausgesetzt seien. Unter dem Zwischentitel „Orca-Schwangerschaft im Loro Parque“ werden die Aktivitäten des Parks positiv beschrieben. Zum Beispiel heißt es, der Park halte seit Jahren erfolgreich Orcas. Jede seriöse Überprüfung der Haltung bezeuge stets die exzellente Haltungsqualität und lasse keinen Zweifel daran, dass es den Tieren dort gut gehe.

*Anmerkung der Geschäftsstelle: Auf der Autorensseite des Artikelautors wird unter anderem darauf verwiesen, dass dieser auch Journalist sei und auf ZooNation.org veröffentliche und dort zu einem Team von Fachleuten und Experten zu Fragen des Artenschutzes und der Zootierhaltung gehöre. Die angegebene Webseite ist nicht aktiv. Der Autor wird jedoch auf der Seite Zoos.media als inhaltlich Verantwortlicher nach RStV geführt. Auf der Impressumsseite dort heißt es unter anderem: „zoos.media wird vom Loro Parque gefördert.“*



II. Der Beschwerdeführer trägt vor, die Redaktion gestatte es Herrn Kroiß seit Jahren, einen Blog zu veröffentlichen, der gezielt gegen Tierschutz und Tierrechtsorganisationen Stimmung macht und gleichzeitig ungefiltert die PR-Botschaften der kommerziellen Delphinarien-Betreiber verbreitet. Es liege die Vermutung nahe, dass Herr Kroiß von privaten Firmen bezahlt wird, um seine Inhalte auf den Seiten der Huffington Post zu veröffentlichen. Der deutsche Eigentümer des Loro Parque auf Teneriffa, über den er regelmäßig schreibe, gehöre zu den reichsten Unternehmern Spaniens. Deutsche Touristen seien eine wichtige Kundengruppe. Trotz seiner Hinweise habe die Redaktion der HP ihm nie geantwortet, sie verletze seiner Einschätzung nach ihre Sorgfaltspflicht, indem sie den Delphinarien-Blog als scheinbar journalistisches Produkt eines Experten verbreite.

III. Der Executive Editor der HuffPost Deutschland trägt vor, man habe sich nach der Beschwerde intensiv mit dem Blogger Philipp Kroiß und seinen Texten befasst und ihm Gelegenheit zu einer Stellungnahme gegeben.

In diesem Zusammenhang sei es wichtig zu wissen, dass der Blogbereich der HuffPost grundsätzlich offen ist, also jeder Autor Texte veröffentlichen könne. Das bedeute, dass ersteinmal jede Userin und jeder User Texte in das HuffPost-System einstellen kann und veröffentlicht wird, wenn sie/er...

1. .... sich mit seinem Inhalt auf dem Boden der freiheitlich demokratischen Grundordnung bewegt und nicht gegen rechtliche oder berufsethische Grundsätze verstößt...

2. ... und wenn hinter der Veröffentlichung keine kommerzielle Absicht besteht – zum Beispiel über direkte Verlinkung oder ungerechtfertigt positive Besprechung von Produkten.

Die Blogposts werden vor Veröffentlichung von HuffPost-Mitarbeitern geprüft und dann freigeschaltet. Man wolle hier einzeln auf die Vorwürfe in der Beschwerde eingehen:

Die Blogs „würden gezielt gegen Tierschutz- und Tierrechtsorganisationen Stimmung machen“

Auf Nachfrage gebe Herr Kroiß an, dass alle seine Aussagen auf „nachweisbaren Fakten“ beruhen würden. Tatsächlich verlinke er in seinen Texten auch Expertenaussagen, die die Aussagen von Tierschutzorganisationen über die Haltung von Orcas und Delphinen in Zoos seiner Meinung nach widerlegen. Häufig wiederkehrendes Thema der Blogs von Herrn Kroiß sei die Tierschutzorganisation Peta, die in seinen Texten kritisiert wird. Jedoch werde in diesem Kontext deren Position aus ihrer Sicht jeweils sachlich dargestellt und setze er sich argumentativ damit auseinander. Fazit: In diesem Punkt sehe man keinen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht oder gegen den Pressekodex im Übrigen. Wer wolle, finde bei HuffPost auch die andere Seite, nämlich viele Texte von Peta selbst, die für den Tierschutz werben.

Die Blogs würden „ungefiltert die PR-Botschaften der Delphinarien-Betreiber verbreiten“

Blogbeiträge beschreiben häufig persönliche Überzeugungen und Vorlieben bzw. Ablehnung. Sie seien durch die Personalisierung auch für die Leser klar als Meinungsbeiträge erkennbar. Einen Neutralitätsanspruch wie in anderen journalistischen Textgattungen gebe es also in Blogs nicht zwangsläufig. Deshalb könnten sie auch sehr „einseitig“ sein, also nur die Meinung einer Seite vertreten – in diesem Fall, die der Unterstützer der Orca- oder Delphin-Haltung in Zoos. Andererseits finde man auf HuffPost auch eine kritische Auseinandersetzung mit der Orca-Haltung in Zoos. Fazit: Auch in diesem



Punkt sehe man keinen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht oder gegen den Pressekodex im Übrigen.

Zudem sei die Vermutung geäußert worden, dass „Herr Kroiß von privaten Firmen bezahlt wird, um seine Inhalte auf den Seiten der Huffington Post zu veröffentlichen“. Besonders genannt worden sei der Loro Parque auf Teneriffa, der häufig in den Blogs Thema ist und positiv besprochen werde.

Tatsächlich sei auffällig, dass der Loro Parque häufig in den Texten von Kroiß mit einem positiven Grundtenor genannt wird. Grundsätzlich sei es nicht ungewöhnlich, dass der Zoo Loro Parque positiv besprochen wird. Tatsächlich teilten die positive Beurteilung auch andere Medien. Spiegel Online zum Beispiel nenne den Loro Parque „einen der besten Tierparks der Welt“, der auch schon zahlreiche Auszeichnungen bekommen habe. Kroiß beteuert auf Nachfrage der Redaktion: „Ich bekomme kein Geld für irgendwas, was ich auf der HuffPost veröffentliche oder veröffentlicht habe.“ Auch wenn man die Aussagen von Herrn Kroiß nicht widerlegen könne, sehe man angesichts der häufigen Erwähnung des Loro Parque den Anschein eines Interessenkonflikts nicht als vollständig ausgeräumt an. Daher habe man redaktionsintern entschieden, die Blogtexte von Herrn Kroiß, die sich mit dem Loro Parque und dem Thema Delphin- und Orcas-Zucht befassen, zu löschen.

Er gehe davon aus, dass damit die Beschwerde erledigt ist.

#### **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in dem Beitrag unter der Überschrift „Warum die Zucht von Orcas so wichtig ist“ einen Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene klare Trennung von Werbung und Redaktion.

Die Beschwerdegegnerin legt dar, dass es sich bei der streitgegenständlichen Veröffentlichung um einen Nutzerbeitrag handelt, der lediglich von der Redaktion vorab geprüft wurde. Für einen durchschnittlich verständigen Leser – auf einen solchen ist hier bei der Prüfung anhand des Pressekodex abzustellen – ist dieser Umstand jedoch nicht hinreichend deutlich ersichtlich. „Blog“ wird vielmehr wie eine redaktionelle Rubrik unter mehreren wahrgenommen. Der Beitrag erscheint daher als Teil der Homepage und damit als Teil des redaktionellen Angebots. Dies insbesondere auch, da der Autor als Journalist vorgestellt wird.

Aufgrund der nicht hinreichend deutlichen Trennung vom eigenen redaktionellen Teil muss sich die Beschwerdegegnerin den Inhalt des Beitrages presseethisch anrechnen lassen. Vor diesem Hintergrund stellt das Gremium aufgrund der positiven Hervorhebung und werblichen Besprechung des Loro Parque einen Verstoß gegen das in Richtlinie 7.2 des Pressekodex festgeschriebene Schleichwerbeverbot fest.

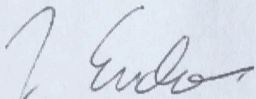
Da es sich bei dem Beitrag gemäß der Stellungnahme der Beschwerdegegnerin um Fremdinhalt handelt, liegt ein Verstoß der Beschwerdegegnerin gegen das Gebot zur Trennung von Tätigkeiten aus Ziffer 6 des Pressekodex nicht vor.



### C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss hält den Verstoß gegen die Ziffer 7 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 abzudrucken. 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.



Johannes Endres  
Vorsitzender des  
Beschwerdeausschusses 3  
(End/jr)

#### Ziffer 6 – Trennung von Tätigkeiten

Journalisten und Verleger üben keine Tätigkeiten aus, die die Glaubwürdigkeit der Presse in Frage stellen könnten.

#### 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.

#### Richtlinie 7.2 – Schleichwerbung

Redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, dürfen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Eine Überschreitung liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leser hinausgeht oder von dritter Seite bezahlt bzw. durch geldwerte Vorteile belohnt wird.

Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material.

Deutscher Presserat <sup>□</sup> Postfach 100549 <sup>□</sup> 10565 Berlin

Fon: 030/367007-0 <sup>□</sup> Fax: 030/367007-20 <sup>□</sup> E-Mail: [info@presserat.de](mailto:info@presserat.de) <sup>□</sup> [www.presserat.de](http://www.presserat.de)