

## Job-Portale drehen den Arbeitsmarkt um

### Neuartige Unternehmen bewerben sich bei ihren künftigen Mitarbeitern

Ein Online-Unternehmen stellt unter der Überschrift „Firma bewirbt sich beim Mitarbeiter: IT-Portal dreht Arbeitsmarkt um“ einen Job-Anbieter vor. Dort können sich IT-Spezialisten um eine Aufnahme in die Datenbank bewerben. Bei denjenigen, die aufgenommen werden, bewerben sich dann Unternehmen mit ihren Jobangeboten. Das vorgestellte Unternehmen sei, so der Autor, ein digitaler Recruit-Marktplatz (Recruit = Bewerbung). Bevor Bewerber aufgenommen werden, prüfe das Unternehmen technische Skills (Kompetenzen), checke den Lebenslauf und kläre ab, ob der Kandidat tatsächlich an einer Stelle interessiert ist. Das weitere Procedere sei stringent auf die Kandidaten konzentriert. Der Presserat hat recherchiert. Neben dem namentlich genannten Unternehmen gibt es auch andere Anbieter, die die gleiche Geschäftsidee verfolgen. Ein Nutzer des Online-Portals bezeichnet den Artikel als einen nicht als solchen gekennzeichneten Werbetext für das vorgestellte Job-Portal. Es finde keinerlei Einordnung bzw. keine kritische oder abwägende Auseinandersetzung statt. Kurzum: Es fehle eindeutig eine Kennzeichnung als Anzeige. Der Autor des Beitrages nimmt Stellung und teilt mit, dass sich der Arbeitsmarkt in den letzten Jahren gedreht habe. Aus einem Nachfrage- sei ein Anbietermarkt geworden. Grund sei der Fachkräftemangel in manchen Berufen, so etwa bei IT-Experten. Das im Beitrag genannte Job-Portal sei der praktische Beleg für den Wandel des Marktes. Er sei bei Recherchen auf das Unternehmen gestoßen, habe die Geschäftsidee spannend gefunden und der Redaktion einen Artikel über den neuartigen Ansatz der Mitarbeitergewinnung angeboten. Außer seinem Honorar habe er kein Geld von Dritten erhalten. Der Autor betont, dass ihm kein anderes Unternehmen mit der gleichen Geschäftsidee bekannt sei. Dies sei ein Alleinstellungsmerkmal des vorgestellten Anbieters.

Der Beschwerdeausschuss erkennt einen Verstoß gegen die in Ziffer 2 des Pressekodex definierte journalistische Sorgfaltspflicht und das in Ziffer 7 des Kodex festgehaltene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht einen Hinweis aus. Der Autor des kritisierten Beitrages verweist auf ein Alleinstellungsmerkmal des von ihm vorgestellten Unternehmens. Tatsächlich aber verfahren auch andere Portale nach diesem Prinzip. Im Ergebnis bekommt das Job-Portal mit der Berichterstattung ein öffentliches Forum, ohne dass es hinreichend im Markt eingeordnet worden wäre. Dadurch überschreitet die Veröffentlichung die Grenze zur Schleichwerbung für das Unternehmen.

**Veröffentlicht am:** 01.01.2019

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2); Grenzen der Recherche (4);

**Entscheidung:** Hinweis