

Entscheidung
des Beschwerdeausschusses 1
in der Beschwerdesache 0334/24/1-BA

Beschwerdeführer:

Beschwerdegegner:

Ergebnis: **Beschwerde begründet, Missbilligung, Ziffer 2**

Datum des Beschlusses: **11.06.2024**

A. Zusammenfassung des Sachverhalts

I. Ein Wochenmagazin veröffentlicht am 12.03.2024 den Online-Beitrag „Youtube-Star verreit E-Auto – die Reaktion des Herstellers lässt den Börsenwert einstürzen“. Hierin schildert der Redakteur anhand eines Review-Video eines Youtubers, dass zwar der Verriss eines Produkts in Tests für den Hersteller unschön sein könne. Die Reaktion des Herstellers darauf könne aber sogar noch schädlicher sein:

„Die Bewertung ist harsch: ‚Das ist wahrscheinlich das schlechteste E-Auto, das ich je gefahren bin‘, urteilt ein Review-Video des Elektro-SUV Fisker Ocean. Leider stammt sie nicht von irgendeinem Youtuber, sondern von Marques Brownlee, der mit seinem Kanal MKBHD 18,5 Millionen Abonnenten erreicht. Dass die Aktie des Herstellers in der Folge in den Keller ging, hat der sich aber selbst zuzuschreiben.

[...]

Der größte Patzer kam nach Erscheinen der Rezension. Als der Clip langsam viral ging, erhielt George Saliba plötzlich einen Anruf. Saliba ist der Besitzer des Autohauses, das Brownlee den Wagen lieh. Am Telefon war ein Fisker-Ingenieur, der zunächst einige merkwürdige Fragen stellte, dann aber zur Sache kam: Man habe den Verdacht, dass Saliba jemandem ein Auto gegeben haben könnte, der nun schlecht darüber redet. ‚Ja habe ich‘, gab Saliba offen zu. ‚Er ist ein ziemlich berühmter Typ.‘

Der Fisker-Mitarbeiter sollte offenbar Schadensbegrenzung betreiben. Man wolle die Software des Wagens updaten, erklärte er Saliba. ‚Das wird eine Menge Probleme beheben‘, versicherte er. Dann wurde er aber etwas zu ehrlich: ‚Es ist nicht der heilige Gral, um Fisker zu retten. Es gibt immer noch ziemliche Probleme, wir müssen da noch ziemlich dran rumschrauben‘. Was er nicht wusste: Saliba hat das ganze Gespräch aufgenommen – und es anschließend bei Tiktok hochgeladen.

PR-Katastrophe nach Review von MKBHD

Was dann folgt, wäre ohne den Anruf wohl nicht passiert: Weil Salibas Video viral geht, treibt es auch die Zuschauerzahlen von Brownlees Rezension weiter nach oben. Waren es beim Anruf noch 1 Millionen Views, schießt es nun auf 4,4 Millionen nach oben – und wird damit zum erfolgreichsten Autovideo des Youtubers. Die Wahrnehmung Fiskers geht indes in den Keller: Innerhalb kürzester Zeit kracht der Börsenkurs des Unternehmens ein, halbiert sich innerhalb eines Tages. Und fällt seitdem weiter.

Brownlee ist über die Reaktion überrascht. ‚Man merkt, dass es sich um eine junge Firma handelt, die noch nicht genau weiß, was sie mit ihren Entscheidungen anrichtet‘, sagte er gegenüber ‚Business Insider‘. Dabei habe er viele Aspekte des im Sommer 2023 erschienenen Wagens durchaus gelobt. [...].

[...] Dass Fisker so nervös geworden ist, könnte auch an der prekären Lage des Unternehmens liegen. Nachdem es letztes Jahr 463 Millionen Dollar Miese gemacht hatte, steht es kurz vor dem Konkurs. Kurz nach Erscheinen der Rezension musste Firmengründer Henrik Fisk im Quartalsgespräch mit den Aktionären zugeben, dass dem Unternehmen noch vor Jahresende das Geld auszugehen droht. Als dann drei Tage später der Anruf bei Saliba viral ging, brach der Kurs aber erst richtig ein.“

II. Der Beschwerdeführer macht verschiedene Verstöße gegen die Ziffern 1 und 2 des Pressekodex geltend.

Anmerkung: Das Beschwerdeverfahren wurde gemäß § 5 Abs. 2 der Beschwerdeordnung beschränkt zugelassen auf die Behauptungen, der Kanal MKBHD habe 18,5 Millionen Abonnenten sowie, dass sich der Aktienkurs wegen der Folgen des Videos und der Reaktion des Herstellers darauf halbiert habe und insoweit mögliche Verstöße gegen die Ziffern 1 und 2 des Pressekodex.

Hierzu trägt der Beschwerdeführer vor, der Artikel enthalte an mehreren Stellen Mutmaßungen und falsche Angaben:

Zu der Aussage „der mit seinem Kanal MKBHD 18,5 Millionen Abonnenten erreicht“ merkt der Beschwerdeführer an, auf diesem Kanal sei das Video nicht veröffentlicht worden. Veröffentlicht worden sei es auf dem Zweitkanal mit weniger als 1 Mio. Abonnenten (<https://www.youtube.com/@AutoFocus>).

Ferner kritisiert der Beschwerdeführer die Passagen „Youtube-Star verrißt E-Auto – die Reaktion des Herstellers lässt den Börsenwert einstürzen“, „Dass die Aktie des Herstellers in der Folge in den Keller ging, hat der sich aber selbst zuzuschreiben.“ sowie „Innerhalb kürzester Zeit kracht der Börsenkurs des Unternehmens ein, halbiert sich innerhalb eines Tages. Und fällt seitdem weiter.“

Es gebe keinen Hinweis darauf, dass das Video dafür ursächlich gewesen sei. Richtig sei: Die Aktie habe im letzten Jahr noch bei 6 Dollar notiert und zwischen Oktober und Dezember

bereits rund 70 Prozent an Wert verloren. Anschließend sei die Aktie aufgrund schlechter Zahlen weiter abgestürzt.

Das Video sei am 18.02. veröffentlicht worden. Zu diesem Zeitpunkt sei die Aktie 68 Cent wert gewesen. Den gleichen Wert habe die Aktie noch 11 Tage später am 29.02. gehabt. Das Video habe bis dahin also für keinen „Absturz“ gesorgt. Tags darauf sei die Aktie am 01.03. tatsächlich deutlich weniger wert gewesen – das habe allerdings an der zuvor vorgestellten desaströsen Bilanz mit „warnings about its ability to operate“ gelegen (<https://www.reuters.com/business/autos-transportation/ev-startup-fisker-slides-cash-dwindles-with-difficult-year-ahead-2024-03-01/>). Bis zum 13. März habe die Aktie über mehrere Tage weitere 30 Prozent abgegeben, um dann über Nacht um knapp 50 Prozent zu sinken. Grund dafür sei ebenfalls kein Video gewesen, sondern die Nachricht einer möglichen Insolvenz (<https://www.wsj.com/business/autos/electric-vehicle-startup-fisker-prepares-for-possible-bankruptcy-filing-26e63d32>). In der Betrachtung der Aktie sei nicht ersichtlich, wann „die Reaktion des Herstellers den Börsenwert [habe] einstürzen“ lassen sollen – die Aktie sei bereits seit längerer Zeit wegen schlechter Absätze auf einem dauerhaften Abwärtstrend gewesen. Es sei nicht klar, was mit „*Innerhalb kürzester Zeit kracht der Börsenkurs des Unternehmens ein, halbiert sich innerhalb eines Tages.*“ gemeint sei. Eine Halbierung des Börsenkurses habe es nur zum Zeitpunkt der Bilanzzahlen und der Insolvenz-Meldung gegeben.

III. Der Beschwerdegegner äußert sich wie folgt:

Der Kanal MKBHD habe zum Zeitpunkt des Erscheinens wie angegeben mehr als 18,5 Millionen Abonnenten, aktuell seien es 18,9 Millionen. Betreiber Marques Brownlee habe seinen Fisker-Test auf seinem kleineren Zweitkanal veröffentlicht, das Video sei seit Erscheinen im Artikel eingebettet. Die Information sei zur Klarheit aber dennoch zusätzlich eingefügt worden.

Zwischen dem Bekanntwerden von Fiskers Reaktion und dem Einbrechen des Aktienkurses gebe es eine klare zeitliche Korrelation: Die Videoaufzeichnung vom Telefonat mit dem Fisker-Vertreter sei am 3. März 2024 veröffentlicht worden, zwischen dem 4. und dem 14. März fiel Fiskers Aktienkurs von 44 auf 15 Cent pro Aktie. Dass die Firma auch vorher schon finanzielle Probleme gehabt habe und kurz zuvor eine Warnung vor einer möglichen Zahlungsunfähigkeit erfolgt sei, werde im Text erklärt. Eine Kausalität sei zwar natürlich schwer nachzuweisen, aber nicht gänzlich auszuschließen. Sie bedauern, dass diese in der ursprünglichen Überschrift in der Zuspitzung herauszulesen gewesen sei. Die Überschrift sei angepasst worden, um jedoch den zeitlichen Zusammenhang zu betonen. Etwaige Missverständnisse bitten sie dennoch ausdrücklich zu entschuldigen.

Anmerkung: Die Überschrift lautet (Stand: 17.05.2024) unverändert: „*Youtube-Star verreit E-Auto – nach der Reaktion des Herstellers stürzt den Börsenwert ein*“. Auch im Beitragstext sind keine Änderungen ersichtlich. Unter dem Beitrag wurde jedoch der folgende Hinweis eingefügt:

„Transparenz-Hinweis:

Der Fisker-Test erschien auf Marques Brownlees Zweitkanal ‚Auto Focus‘, diese Information wurde zur Klarheit hinzugefügt. Die frühere Überschrift ließ zudem einen eindeutig kausalen Zusammenhang herauslesen, sie wurde daher angepasst.“

B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses

Der Beschwerdeausschuss bejaht Sorgfaltsverstöße nach Ziffer 2 des Pressekodex.

In seiner Gesamtanmutung erweckt der Beitrag den unzutreffenden Eindruck, ursächlich für den Aktieneinbruch des Unternehmens sei das negative Review-Video und die Reaktion von Fisker hierauf. Dies lässt sich jedoch nicht aus der Aktienkursentwicklung ablesen.

Zudem erweckt der Beitrag den falschen Eindruck, dass Video sei auf Brownlees Hauptkanal mit 18,5 Millionen Abonnenten veröffentlicht worden.

C. Ergebnis

Der Beschwerdeausschuss hält die Verstöße 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 Entscheidung über die Begründetheit der Beschwerde und die Entscheidung über die Wahl der Maßnahme ergehen 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>