



# Eine Reise an die Grenzen des Journalismus

In wohl keinem anderen Medienbereich verschwimmen PR, Marketing und Journalismus derart stark wie bei Reiseblogs. In der Schweiz sollen Blogger Gastronomen sogar erpresst haben. Welche Auflagen für Blogs gelten.

RALF HILLEBRAND

**SALZBURG.** Für Gerhard Liebenberger war sein Reiseblog lange Zeit nichts anderes als ein Online-Tagebuch. Der gebürtige Steirer wollte Freunde und Verwandte bei längeren Reisen auf dem Laufenden halten. „Ich habe den Blog gestartet, als ich 2009 mit der Transsibirischen Eisenbahn unterwegs war. Sobald ich dann gemerkt habe, dass auch viele Fremde mitlesen, habe ich mich näher damit beschäftigt.“ Im Jahr darauf hat Liebenberger seinen Job beim Citymarketing Seekirchen gekündigt. Seitdem ist der 39-jährige Reiseblogger. Wobei ihm die Bezeichnung zu kurz greift. „Der Blog bringt Geld, ja. Aber er ist vor allem ein Marketinginstrument, um meine anderen Tätigkeiten zu bewerben.“ Liebenberger hält Multivisionsshow seiner Reisen und schreibt Reiseberichte für klassische Medien, etwa auch für die SN.

Gerhard Liebenberger ist einer von rund 1200 Reisebloggern in deutscher Sprache. Und so wie ihm geht es nahezu allen (Reise-)Bloggern: Von den Zugriffen auf ihren Blog – liebenberger.com hat rund 30.000 Besucher monatlich – können sie nur schwer leben. Im deutschsprachigen Raum soll nur eine Handvoll Blogger ihr täglich Brot mit ihrer Seite verdienen können. Deshalb arbeiten die Online-

Texter parallel an artverwandten Projekten. Sie schreiben für Reisemagazine, liefern Texte für Hotels, posten PR-Texte auf ihren Websites. Bei wohl keinen anderen Medien-schaffenden verschwimmen die Grenzen zwischen Journalismus, Marketing und PR derart stark wie bei Reisebloggern. Und die Grenzen verwischen sich auch auf den Blogs selbst: Bezahlte Auftragsarbeiten wechseln sich mit privaten Reiseerlebnissen ab. Und dazwischen findet man Berichte, die zwar nicht bezahlt, zu denen die Blogger aber von PR-Agenturen, Hotels oder Tourismusbüros eingeladen wurden. Für Gerhard Liebenberger ist das System nur so aufrechtzuerhalten. Selbst könnte man sich die Reisen nicht leisten. Dass sich Bezahltes und Unbezahltes mischten, sei kein Problem – das sei auch bei klassischen Medien so. „Wichtig ist, dass alles korrekt ausgedrückt ist.“

Doch wie schildert man korrekt aus? Grundsätzlich gelten ähnliche Regeln wie für klassische Medien, erläutert Peter Harlander, Salzburger Anwalt und IT-Sachverständiger. Die erste Auflage betreffe das Impressum. „Verfolgt der Blog kommerzielle Interessen, braucht er ein Impressum nach E-Commerce-Gesetz, ist er auch meinungsbildend, braucht er noch ein Impressum nach Medien-Gesetz.“ Die Richtlinien könne man online rasch he-

rausfinden, im Zweifelsfall solle man sich an beiden orientieren. Dass dennoch nicht jeder Blog ein sauber geführtes Impressum hat, hat für Harlander einen simplen Grund: „Manche Blogger haben ein Problem damit, ihre Telefonnummer und Adresse anzugeben.“

Im Artikelbereich selbst gilt für Harlander ein einfacher Grundsatz: Alles, was bezahlt ist, muss gekennzeichnet werden. „Und das betrifft nicht nur Werbung, sondern auch bezahlte Links und bezahlte Texte.“ Es gebe jedoch keine Instanz wie etwa den Presserat im Journalismus, die Vergehen eigeninitiativ überprüfe. Im Regelfall müsse ein Mitbewerber auf Unterlassungsklagen.

Und was ist mit der Grauzone, also Berichten, die zwar nicht bezahlt sind, für die man aber eingeladen wurde? Das kommt für Harlander auf „die Vertragsgestaltung und die Wertigkeit“ an. Wenn der Gegenwert im überschaubaren Rahmen bleibe und man bei der Gestaltung des Artikels freie Hand habe, sei der Beitrag nicht unbedingt zu kennzeichnen. Im Zweifelsfall rät Harlander aber dazu, alles zu kennzeichnen, für das es eine Gegenleistung gab. Noch eindeutiger ist die Rechtslage bei Fällen, die Anfang des Jahres in der Schweiz bekannt wurden. Angebliche Blogger hatten Restaurants dazu bringen wollen, ihnen bestimmte Leistungen kos-

tenlos zur Verfügung zu stellen. Manche sollen mit negativen Bewertungen gedroht haben. „Das ist eindeutig Erpressung“, sagt Harlander. Der Anwalt hat aber von solchen Fällen in Österreich noch nichts gehört. „Viele Blogger haben ein hohes ethisches Niveau.“

Auch Lea Hajner (31) ist noch nie ein derartiger Fall untergekommen. Die Wahl-Innsbruckerin bloggt seit 2013 auf escape-town.com, parallel arbeitet sie als Reisejournalistin für verschiedene Magazine. Hajners



„Man wird von Reiseblogs überflutet.“

Jeanette Fuchs, Reisebloggerin

Schwerpunkt liegt auf Outdoor-Reisen, speziell auf Wandertrips. „Ich weiß von einem großen deutschen Reiseblog, dass sie Gesponsertes erst ab einem Gegenwert von 1000 Euro ausschildern. Das ist für mich nicht nachvollziehbar.“ Dagegen vorgegangen ist sie aber nicht. „Ich bin nicht die Blogpolizei. Jeder soll machen, was er für richtig hält.“

Doch die Frage der Befangenheit bleibt. Wie kritisch kann ein Bericht sein, der auf Einladung geschrieben wurde? Offenbar kaum. „Negatives wird so gut wie nie erwähnt“, sagt

etwa Gerhard Liebenberger – und verweist auf eine Erhebung eines befreundeten Bloggers. Für den Medienethiker Alexander Filipović fallen solche Einladungen „in den Bereich der Manipulation“, selbst wenn man grundsätzlich frei schreiben könne. „Die ganze Strategie führt dazu, dass positive Beiträge rauskommen. Davon kann man sich nicht frei machen.“ Dennoch ist es für den Professor an der Münchner Hochschule für Philosophie „noch in Ordnung“, die Einladungen anzunehmen – wenn man das Transparenzgebot beachte.

Doch auch Jeanette Fuchs kennt Blogs, in denen das Transparenzgebot nicht hochgehalten wird. Die 44-jährige Salzburgerin bloggt seit 2008 unter follow-your-trolley.com, ihr Schwerpunkt liegt auf Yoga-Reisen. „2008 war mir kein einziger deutschsprachiger Reiseblog bekannt, jetzt wird man regelrecht überschwemmt.“ Berühmt zu werden sei für viele die Hauptmotivation – und das verleite zu zweifelhaften Aktionen. „Ich ärgere mich immer wieder, wenn ich sehe, dass jemand schon Kooperationen bewirbt, bevor er nur einen Text geschrieben hat.“ Die Ausgangslage müsste vielmehr eine andere sein: „Man sollte einen Blog starten, weil man es liebt, zu reisen, zu texten, zu fotografieren – und nicht, weil man damit Geld verdienen will.“

## Wenn Kinder Smartphones nutzen

Gegen Online-Mobbing ist es hilfreich, wenn Eltern die Chats ihres Nachwuchses mitlesen.

BASIL WEGENER

**BERLIN.** Mangelnde Konzentration, Zappeligkeit, Fettleibigkeit – das können Folgen übermäßiger Smartphone-Nutzung bei Kindern und Jugendlichen sein. Eine neue Studie alarmiert – und Experten raten zu Grenzen und festen Regeln.

Laut der neuen Studie ist das Risiko von Konzentrationsstörungen bei mehr als einer halben Stunde Smartphone-Nutzung pro Tag bei Zwei- bis Fünfjährigen drei Mal höher als normalerweise, bei Acht- bis Dreizehnjährigen sogar sechs Mal höher. Auch die Sprachentwicklung kann bei jüngeren Kindern behindert werden, das Risiko für motorische Hyperaktivität liegt 3,5 Mal höher.



Verlockendes Handy. BILD: SN/ROBERT RATZER

Die Studienautoren haben auch Hinweise gefunden, dass Säuglinge eher Bindungsstörungen entwickeln, wenn Mütter neben der Be-

treuung aufs Handy schauen. Auch der Konsum von Süßigkeiten und gezuckerten Getränken bei Kindern steige im Schnitt bei regelmäßiger Smartphone-Nutzung – und damit das Risiko, dick zu werden. Das Fernsehen ist nicht ganz so riskant. Das Risiko von Konzentrationsstörungen liege bei mindestens einer halben Stunde Fernsehen pro Tag bei Zwei- bis Fünfjährigen nur zwei Mal höher, bei Acht- bis Dreizehnjährigen fünf Mal höher – jeweils etwas weniger als bei Smartphones.

Ab wann sollen Kinder überhaupt Smartphones bekommen? Uwe Büsching vom Vorstand des Berufsverbands der Kinder- und Jugendärzte sagt: „Ein Kind braucht ein Handy nicht vor dem zwölften

geburtstag.“ Eltern sollten darauf hinwirken, dass ihre Kinder andere Dinge tun, die ihnen Spaß machen – malen, klettern, schwimmen, Fußball spielen.

Es gibt technische Angebote für mehr Jugendschutz, etwa die Filtersoftware JusProg, die Kinder vor nicht altersgerechten Inhalten im Internet schützt. Gegen mögliches Online-Mobbing könne es helfen, wenn Eltern die Chats der Kinder mitlesen.

In 79 deutschen Kinderarztpraxen wurden Fragebögen von 5500 Teilnehmern ausgefüllt, befragt wurden die Kinder, bei kleinen Kindern die Eltern. Laut den Studienautoren ist die Erhebung repräsentativ. SN, dpa

## Kein Zugriff auf Facebook-Konto verstorbener Kinder

**BERLIN.** Eltern haben keinen Anspruch auf Zugang zum Facebook-Account ihres verstorbenen Kindes. Das entschied das Berliner Kammergericht am Mittwoch in zweiter Instanz. Dabei lieferte es allerdings keine Antwort auf die grundsätzliche Frage, ob ein Facebook-Konto vererbbar sei – sondern verwies nur auf das Fernmeldegeheimnis als Grund. Geklagt hatte eine Mutter, deren Tochter 2012 auf einem Berliner U-Bahnhof von einem einfallenden Zug tödlich verletzt wurde. Die Eltern wollen klären, ob es sich um einen Suizid gehandelt haben könnte, und wollen deshalb Zugang zu den Chat-Nachrichten. Der US-Konzern verweigert dies und verweist auf den Datenschutz. SN, dpa