

Betrüger werben mit Prominenten

Auf Facebook kursieren Postings, in denen Dietrich Mateschitz und Armin Wolf für dubiose Produkte werben. Doch dahinter stecken Betrugsversuche. Zumindest eine Betroffene plant nun rechtliche Schritte. Und auch Facebook bezieht Stellung.

RALF HILLEBRAND

SALZBURG. Auf den ersten Blick wirkt es wie ein gewöhnliches Facebook-Posting: In dem auf Social Media oft üblichen Duktus empfiehlt ein Nutzer ein Interview mit Dietrich Mateschitz. Wer den dazugehörigen Link anklickt, wird auf eine Seite geleitet, auf der das Logo der „Kronen Zeitung“ prangt. Darunter wird ein angeleglicher Sonderbericht geliefert: Banken sollen versucht haben, ein Interview mit Dietrich Mateschitz beenden zu lassen, nachdem dieser Tipps für ein Bitcoin-Investment gegeben habe. Der Red-Bull-Boss wird zitiert, zudem wird auf andere Medien verwiesen, die ebenso von der „Skandalgeschichte“ berichtet haben sollen.

Das Interview mit Dietrich Mateschitz hat es freilich nie gegeben. Es gibt auch keinen Sonderbericht der „Krone“. Und nicht einmal die verlinkte Seite selbst ist echt.

Seit Wochen machen auf Facebook solche und ähnliche gesponserte – also bezahlte – Postings die Runde. In anderen Beiträgen „werben“ Armin Wolf, Dieter Bohlen oder Christoph Waltz für dieselbe Bitcoin-Anlageform. Eine vor der die Finanzmarktaufsichtsbehörde und „Watchlist Internet“ bereits gewarnt haben. Und die ORF-Moderatorin Verena Scheitz und Barbara Stöckl werden als Werbeträgerinnen für Diätprodukte misbraucht.

Nachdem sich bereits Mitte des Jahres eine Reihe von Facebook-Nutzern über die Postings aufregt hat, scheint nun eine zweite Welle über die Social-Media-Kanäle zu schwappen. So warnte Armin Wolf seine Twitter-Follower vor wenigen Tagen: „Das ist natürlich alles Fake“, schrieb der „ZiB 2“-Moderator. Er mache keine Werbung und er gebe keine Anleitungen.

Auf SN-Nachfrage schildert Wolf, dass ihm die Postings, von einigen Menschen geschickt wurden, denen sie auf Social Media aufgefallen sind.“ Deshalb dagegen vorgehen will der ORF-Moderator nicht. Zwar sei es „eine Riesensauerei“.

Doch zum einen hoffe er, dass die Berichterstattung dazu ausreiche, um die Fälschmeldungen zu enttarnen. Zum anderen wisse er nicht, wen er klagen könnte.

In der Tat sind die Urheber nur schwer auszumachen. Die Artikel werden auf stets wechselnde Links gepostet. Die Domains dahinter wurden über den US-Dienst „Privacy Guardian“ angemeldet – ein Unternehmen, das einzig dafür gegründet wurde, um entsprechende Anfragen auf sie zurückzuführen und somit ins Leere laufen zu lassen. Auf den Seiten der in den Artikeln beworbenen Produkte findet sich kein Impressum – oder eines, in dem ein Postfach in Shanghai angegeben ist. Und selbst die Facebook-Profilseiten, die die Postings verbreiten, sind gefälscht.

„Solche Fake-Seiten sind unter mehreren Gesichtspunkten unzulässig“, schildert der Medienanwalt Stephan Klemstein. „Sie sind irreführend und folglich auch wettbewerbsrechtlich problematisch.“ Zudem würden sie den Konsumenten-schutz sowie Vorgaben des E-Commerce-Gesetzes missachten. Die Be-

„Es zeigt sich einmal mehr, dass das Netz oft noch streifbarer Raum ist.“

Verena Scheitz, Moderatorin

troffenen könnten ebenso wie die erwähnten Medienhäuser gegen die Urheber vorgehen.

Während Red Bull auf Nachfrage verlaunlich ließ, „dass man die Postings einer rechtlichen Prüfung unterziehe, plant zumindest eine Betroffene konkrete juristische Schritte. „Wir haben einen Anwalt eingeschaltet“, schildert Julia Solesiek, Managerin von Verena Scheitz. Ihr sei zwar bewusst, dass es nicht „wahnsinnig realistisch“ ist, dass die Bemühungen etwas bringen. Dennoch werde der Anwalt „wohl mal ein Schreiben an die Adresse in Shanghai verschicken“. Derweil versuche man die Urheber

ZEIT ONLINE

Verena Scheitz kommt die Tränen, als sie von dem cleveren Trick berichtet, der hinter ihrer Gewichtsabnahme steckt

Von Angela Müller Veröffentlicht Freitag, 30. August, 2019



Verena Scheitz verrät im ZEIT-Interview alles über ihre atemberaubende Gewichtsabnahme: „Laut Ärzten und Wissenschaftlern ist der Wirkstoff völlig un gefährlich, aber ich kann

Postings wie jenes zu Verena Scheitz oder Dietrich Mateschitz verlinken zu gefälschten Medienartikeln, in denen die Prominenten angeblich für Produkte werben. Rechts unten ein Beispiel für solch einen Artikel mit Armin Wolf.

mit den eigenen Waffen zu schlagen. „Wir wollen über Postings auf Social Media die Leute informieren, dass das alles völliger Blödsinn ist.“ Verena Scheitz selbst wird ähnlich deutlich: Es sei schrecklich, dass man solchen Praktiken ausgesetzt sei – und man wenig dagegen tun könne. „Es zeigt sich einmal mehr, dass das Netz noch der Wilde Westen ist und in vielen Belangen streifbarer Raum.“ Dazu kommentiert sie die Ausrichtung der vermeintlichen Werbeaktionen: „Die Männer geben Finanztipps und die Frauen Abnehmtipps? Weit haben wir es gebracht im Netz.“

Doch wieso lässt Facebook zu,

dass die Täuschungsversuche gepostet und gegen Bezahlung breit gestreut werden? Für Rechtsexperten Klemstein ist die Ausgangslage eindeutig: „Gemäß Punkt 13 der Werberrichtlinien von Facebook dürfen Anzeigen nicht irreführend sein. Daher dürfen sie eigentlich gar nicht verbreitet werden.“

Dieser Ansicht ist offenbar auch Facebook selbst. Auf SN-Anfrage verlaunlichere ein Unternehmenssprecher: „Diese Art von Anzeigen hat absolut keinen Platz auf Facebook – und wir entfernen sie, sobald sie uns gemeldet werden.“ Aber wieso gibt es die Inserate dann immer noch? Nachweislich wurden

sie von mehreren Nutzern angeprangert. „Die Menschen, die irreführende Anzeigen erstellen, finden immer wieder neue Wege, die eine Erkennung erschweren. Daher erfassen unsere Tools nicht jeden irreführenden Inhalt.“ Immerhin gelobt Facebook Besserung. Zum einen entwickle man die Tools weiter. Zum anderen wolle man „gegen die Verantwortlichen vorgehen“.

Und für alle potenziellen Interessenten der beworbenen Anlageformen sowie Diätprodukte hat indes Armin Wolf einen Tipp: „Machen Sie niemals Geschäfte mit derart schwindeligen Seiten. Man wird Sie dort betrügen.“



PHOTO: PHOTOGRAPHY/ST. ORIGINAL: JOURNALIST ONLINE, ORIGINALS: GPTA, APA

KURZ GEMELDET

Neuer TV-Sender Puls 24 mit 0,34 Prozent MA

WIEN. Der neue Fernsehsender Puls 24 hat zu seinem Start am gestrigen Sonntag einen Tagesmarktanteil (MA) von 0,34 Prozent in der Gesamtbevölkerung erreicht. In der Gruppe der Zwölf- bis 49-Jährigen waren es 0,5 Prozent, teilte die ProSiebenSat.1-Puls4-Gruppe mit.

150 neue Folgen von „Wer weiß denn sowas?“

HAMBURG. 150 neue Episoden der ARD-Rateshow „Wer weiß denn sowas?“ starten am 30. September. Jeweils ab 18 Uhr begrüßen Moderator Kai Pfaffe und die „Rätselmeister“ Bernhard Hoëcker und Elton montags bis freitags prominente Gäste. So treten Bestsellerautorin Ildiko von Kirty und Schauspielereinerin Maria Fürtwängler oder – als spezieller Gag – die beiden „Jäger von der Konkurrenz „Gefragt – Gejagt“, Sebastian Jacoby und Klaus Otto Nagorsnik, gegeneinander an. **paw**

Was Apple für seine neuen iPhones plant

Apple präsentiert neue Produkte: Neben dem iPhone 11 gibt es Gerüchte um die erste Apple-Brille.

RALF HILLEBRAND

CUPERTINO. Auch dieses Jahr lädt Apple im September zu seiner großen Produktshow. Doch 2019 sind die Vorzeichen andere als noch in den Jahren zuvor: Erstmals liegen drei Geschäftsquartale hinter dem Konzern, in denen der iPhone-Umsatz merklich zurückging. Dafür legten etwa im dritten Quartal alle anderen großen Parteien zu – vor allem die Online-Services wie das Streamingangebot Apple Music. Entsprechend erwarten sich Branchenbeobachter, dass auch die Apple-Produktpräsentation kommenden Dienstag um 19 Uhr mittelleuropäischer Zeit breiter angelegt sein wird als üblich.

Nichtdestotrotz wird dem iPhone auch im Herbst 2019 eine zentrale Rolle zugestanden. Wenn US-Branchenmedien rich-



tigliegen, wird es drei neue Modelle geben: das iPhone 11 (Nachfolger des XR), das iPhone 11 Pro und das hochwertigere iPhone 11 Pro Max. Die neuen Geräte sollen, wie schon von Samsung und Huawei vorgelebt, mit drei Objektiven ausgestattet werden – eine Ultra-Weitwinkel-Linse soll dazukommen. Allgemein

soll das Kamerasystem aufgewertet werden und vor allem bei schwierigen Lichtverhältnissen bessere Aufnahmen möglich machen. Mit dem Verkaufstart der neuen iPhones wird am 20. oder 27. September gerechnet – und das wohl zu ähnlichen Preisen wie im Vorjahr (850, 1150 und 1250 Euro).

Für die aktuelle iPhone-Generation um XS und XS Max werden Nachfolger geplant. **RED SHUFF**

Und was wird sich Apple sonst noch einfallen lassen? Es wird neue Betriebssysteme für Mobilgeräte (iOS 13) und die Apple Watch geben. Über eine neue Computeruhr wird ebenso spekuliert wie über ein neues MacBook. Und seit Tagen halten sich Gerüchte, Apple könnte sogar eine neue Produktlinie erschließen: Das Unternehmen soll an einem Augmented-Reality-Headset arbeiten, also einer Art Brille, mit der Nutzern in das reale Sichtfeld 3D-Animationen eingeblendet werden.

Parallel wird es weitere Details zum Online-Spiele-Service Apple Arcade und zu Apple TV+ geben. Dem neuen Streamingdienst, für den etwa Steven Spielberg oder Reese Witherspoon Inhalte liefern, könnte Apple aber ebenso eine eigene Bühne im Spätherbst gönnen. Auch um neuerlich zu demonstrieren, dass das Unternehmen nicht mehr vom iPhone abhängig ist.