

Fotos sollten nach Millimetern und Spalten bezahlt werden

Praxis wie in diesem Fall gefährdet das Ansehen der Presse

Eine Firma besitzt und führt ein Lifestyle-Magazin. Sie bietet einem Unternehmen an, mit dessen Geschäftsleitung ein Interview zu machen. Der Beitrag soll kostenlos veröffentlicht werden. Beigestellte Fotos sollen mit 14,95 Euro pro Millimeter und Spalte bezahlt werden. Der Geschäftsführer des Unternehmens, mit dem das „Interview“ geführt werden soll, kritisiert diese Praxis. Er geht von einer Masche aus, der zufolge Firmen bewegt werden sollen, einer Bildveröffentlichung in einem unbekannten Magazin zuzustimmen. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift sieht in ihrem Vorgehen kein beanstandungsfähiges Verhalten. Das geplante Interview sollte kostenlos sein; Fotos sollten honoriert werden. Der geplante Beitrag sei nicht erschienen. Somit liege auch keine wie immer geartete Schleichwerbung vor. Eine solche hätte auch bei einer Veröffentlichung nicht zwingend vorliegen müssen, da ohne Bilder der Bericht als redaktioneller Beitrag erschienen wäre und es somit auch keine finanzielle Gegenleistung gegeben hätte. Hätte der Beschwerdeführer hingegen den Abdruck von Bildern gegen ein Entgelt gewünscht, so wäre es darauf angekommen, wie die Veröffentlichung dann gekennzeichnet bzw. gestaltet worden wäre. (2010)

Das Interview-Angebot des Magazins ist eine Verletzung der Präambel des Pressekodex. Dort ist festgehalten, dass Verleger, Herausgeber und Journalisten sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sind. Dieses Ansehen wird verletzt, wenn bei Unternehmen der Eindruck erweckt wird, als wäre redaktionelle Berichterstattung in Form eines Interviews zu kaufen. Nach Lektüre des Briefes des Magazins an das Unternehmen muss dieses davon ausgehen, dass eine redaktionelle Berichterstattung angeboten wird, die über Fotos bezahlt werden sollte. Dies schadet dem Ansehen der Presse. Diese Bewertung trifft der Presserat unabhängig von der Frage, ob im Nachhinein eine Veröffentlichung des Interviews als redaktioneller Beitrag ohne Fotos oder als gekennzeichnete Anzeige mit Bildern erfolgt wäre. Der Beschwerdeausschuss verweist auf Ziffer 7 des Pressekodex. Danach ist klar zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken zu unterscheiden. Bei der Veröffentlichung eines Beitrages mit bezahlten Fotos muss die Redaktion dafür sorgen, dass der Leser ihn als Anzeige erkennen kann. Der Beschwerdeausschuss spricht einen Hinweis aus.

Veröffentlicht am: 01.01.2010

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: Hinweis