presserat

Kostenpflichtiges Bildmaterial

Unternehmensporträts werden durch die Berechnung der Fotos finanziert

Ein Wirtschaftsmagazin unterbreitet einem Unternehmen das Angebot, in der nächsten Ausgabe ein Porträt der Firma kostenlos zu veröffentlichen. Lediglich Fotos würden mit 4,98 Euro pro mm-Höhe/Spalte in Schwarzweiß und mit 8,82 Euro pro mm-Höhe/Spalte berechnet. Ein Leser ist der Ansicht, dass die Berechnung von Kosten für veröffentlichtes Bildmaterial gegen den Trennungsgrundsatz zwischen Text und Anzeigen verstößt. Er schaltet den Deutschen Presserat ein. Der Rechtsvertreter des Magazins erläutert, dass dieses ausschließlich Eigenwerbung von Unternehmen enthält. Der Verlag werde ausdrücklich auf der Basis von Werkverträgen tätig. Das Magazin biete den darin vorgestellten Unternehmen eine Plattform zur Darstellung, etwa als Handreichung auf Messen, im Eigenversand oder zur Auslage in Geschäftsräumen. Eine Zuständigkeit des Presserats sei daher nicht gegeben. Auch sonst wäre die Beschwerde unbegründet. Die Berechnung von Bildmaterial könne nicht beanstandet werden, da die Modalitäten der Berechnung klar und deutlich angegeben seien. Aus dem Anschreiben werde ersichtlich, dass die Erstellung der Reportage ausschließlich über Fotos finanziert werde. Ein Interview mit einer Firma sei deshalb keine presserechtlich relevante Veröffentlichung im Sinne des Pressekodex. (2003)

Die Übung, Firmenporträts durch die Berechnung der Fotos zu finanzieren, verletzt Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von redaktionellem Teil und Anzeigen). Der Presserat spricht deshalb gegen das Magazin einen Hinweis aus. Nach Auffassung des Beschwerdeausschusses besteht die Gefahr der Irreführung der Leser. Die Zeitschrift erweckt den Eindruck, sie enthalte redaktionell unabhängig recherchierte Beiträge. In Ziffer 7 des Pressekodex ist festgehalten, dass für bezahlte Veröffentlichungen die werberechtlichen Regelungen gelten. Danach müssen die Veröffentlichungen so gestaltet sein, dass die Werbung für den Leser als solche erkennbar ist. Die in dem Magazin veröffentlichten Beiträge sind zumindest für einen Teil der Leser nicht eindeutig als Werbung einzuordnen. Deshalb hat die Zeitschrift gegen den Trennungsgrundsatz verstoßen. Nach Meinung des Beschwerdeausschusses ist es unbedingt notwendig, in der Publikation an hervorgehobener Stelle darauf hinzuweisen, dass es sich bei den veröffentlichten Beiträgen nicht um unabhängige redaktionelle Beiträge, sondern um werbliche Veröffentlichungen handelt, die von Dritten bezahlt wurden. Eine Täuschung über den Charakter der publizierten Beiträge würde so verhindert. (B1–39 /03)

Aktenzeichen:B1–39 /03

Veröffentlicht am: 01.01.2003
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: Hinweis