

## Kennzeichnung war nicht erforderlich

### Digitale Fotobearbeitung ohne präzise Ortsangabe ist zulässig

Eine Zeitschrift aus dem Themenbereich Hausbau stellt Gebäude vor und bringt eine Reportage mit insgesamt sechs Häuserfotos. Ein Leser hält die Bilder für manipuliert; er wendet sich an den Deutschen Presserat. Die Fotos seien coloriert worden, in mehreren Fällen habe die Redaktion Rasen, Terrasse und ähnliches hinzugefügt. Beim Leser werde jedoch der Eindruck erweckt, die Häuser seien so wie dargestellt. Da dies nicht der Fall ist, hätte die Zeitschrift die Pflicht gehabt, die Leser auf diesen Umstand hinzuweisen. Eklatant sei der Fall eines angeblich in Klagenfurt stehenden Hauses, dessen Foto offensichtlich erheblich manipuliert wurde. Bei einer Fotostrecke vermutet der Leser die Urheberschaft bei einem bestimmten Hersteller. Der Beitrag sei als Reportage gekennzeichnet, wodurch die Leser einen besonders hohen dokumentarischen Wert des Berichteten vermuten müssten. (2007)

Der Presserat sieht keinen Verstoß gegen Ziffer 2 des Pressekodex (Journalistische Sorgfaltspflicht) und hier besonders Richtlinie 2.2 (Symbolfoto). Zwar sind die kritisierten Bilder offensichtlich digital bearbeitet worden. Eine Kennzeichnung nach Ziffer 2.2 war jedoch nicht erforderlich. Der Grund: Eine Veränderung oder Verfälschung der Bildaussage liegt nicht vor. Der Leser verbindet mit den Fotoveröffentlichungen keine dokumentarische Abbildung, sondern lediglich ein „Katalogfoto“, das zeigt, wie das Haus aussehen kann. In diesem Fall sind Kennzeichnungen nach Richtlinie 2.2 nicht erforderlich. Im Hinblick auf das angeblich in Klagenfurt stehende Haus ist es noch zulässig, dass nicht auf die vorgenommene Bearbeitung hingewiesen wurde. Der Grund liegt darin, dass es sich bei dem Hinweis „nahe Klagenfurt“ um eine unbestimmte Ortsangabe handelt. Auch eine Verletzung der Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) sieht der Presserat nicht. Bei dem fraglichen Beitrag handelt es sich um eine Reportage, die das Leben im Haus eines bestimmten Herstellers beschreibt. Diese Auswahl konnte im vorliegenden Fall getroffen werden, ohne dass die Grenze zur Schleichwerbung überschritten wurde. Eine digitale Bearbeitung der kritisierten Fotos ist akzeptabel, da keine konkrete Ortsangabe erfolgte. (BK2-195/07)

**Aktenzeichen:** BK2-195/07

**Veröffentlicht am:** 01.01.2007

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2); Trennung von Werbung und Redaktion (7);

**Entscheidung:** unbegründet