presserat

PR-Gag

Internet-Firma tauscht Karten für Madonna-Konzert gegen Sex

Ein Boulevardblatt berichtet über ein völlig unmoralisches Pop-Angebot: Eine Internet-Firma verspreche Sitzplatzkarten für ein Madonna-Konzert allen denjenigen, die mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens ins Bett gehen. Einige davon sind abgebildet. Darunter auch der Chefredakteur, der wie folgt zitiert wird: „Bei uns glühen schon alle Leitungen. Eine Dame schrieb, sie würde es sogar mit der ganzen Redaktion treiben“. Ein Leser beschwert sich beim Deutschen Presserat. Er sieht in der Veröffentlichung eine Gefährdung der Jugend und eine Förderung der Prostitution bzw. deren Verharmlosung. Die Chefredaktion will mit der Veröffentlichung ihrer Chronistenpflicht nachgekommen sein. In Deutschland habe es ein erhebliches Gerangel um Karten für die Madonna-Konzerte gegeben. Insofern sei es von Interesse gewesen, über den presse- und werbewirksamen Gag der Internetfirma zu berichten. Dabei distanziere sich die Redaktion durch Formulierungen wie „völlig unmoralisches Pop-Angebot“ und einen ironischen Ton in der Berichterstattung durchaus von der Aktion. Eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts der betroffenen Personen sei nicht feststellbar, da sie die Einwilligung zu dem Werbegag gegeben hätten. (2001)

Der Presserat verneint die Frage, ob in diesem Falle Ziffer 11 des Pressekodex verletzt worden ist. Er hält vielmehr die Beschwerde für unbegründet und weist sie zurück. Er kann nicht kritisieren, dass die Zeitung der Auffassung war, über dieses Angebot der Internet-Firma berichten zu müssen. Nach seiner Ansicht war die ganze Aktion ein PR-Gag, mit dem die Firma Aufmerksamkeit erregen wollte. Er ist auch der Meinung, dass eine Gefährdung der Jugend durch diesen Beitrag nicht gegeben ist, da das „Angebot des Jahres“ wohl kaum ernst zu nehmen war.

Aktenzeichen:B 135/01
Veröffentlicht am: 01.01.2001
Gegenstand (Ziffer): Sensationsberichterstattung, Jugendschutz (11);
Entscheidung: unbegründet