

Eine Fachzeitschrift als Werbekatalog

Public Relation: Ganze Titelseite für einen Sportartikelhersteller

Auf der Titelseite einer Fachzeitschrift erscheint das Foto eines Models, das den neuen Laufschuh eines bekannten Sportartikelherstellers präsentiert. Der Beschwerdeführer, selbst Chefredakteur einer Läuferzeitschrift, sieht eine Verletzung der Ziffer 7 (Trennungsgebot) des Pressekodex. Auch vermutet er einen Verstoß gegen die Ziffer 15 (Vergünstigungen). Die Titelseite sei - wie auch die von anderen Magazinen – verkauft worden. Auch an ihn sei eine Agentur mit der Frage nach einem Kauf der Titelseite seiner Zeitschrift herangetreten. Er habe abgelehnt, da seine Zeitschrift ein Fachmagazin und kein Werbekatalog sei. Der Chefredakteur des Magazins, gegen das sich die Beschwerde richtet, weist den Vorwurf der Kungelei und direkten Vorteilsnahme durch den Beschwerdeführer zurück. Er betont, dass man sich bei der Auswahl des Titels ausschließlich aus fotoästhetischen Gründen für das veröffentlichte Motiv entschieden habe. Andere Anlässe lägen nicht vor. Journalistische Objektivität und Feingefühl seien für die Redaktion oberstes Gebot.

Die Zeitschrift hat gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen; der Beschwerdeausschuss spricht eine öffentliche Rüge aus. Es handelt sich bei dem vom Beschwerdeführer kritisierten Bild um ein PR-Foto des Sportartikelherstellers, was von der Chefredaktion auch nicht bestritten wird. Richtlinie 7.2 des Pressekodex hält dazu fest: „Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt im Umgang mit PR-Material.“ Dieser besonderen Sorgfalt wird die Zeitschrift nicht gerecht, wenn sie ein PR-Foto als Titelbild veröffentlicht. Die Grenze zur Schleichwerbung ist überschritten. Die Redaktion transportiert in diesem Fall die wirtschaftlichen Interessen eines einzelnen Anbieters und verstößt damit grob gegen den Pressekodex. Dass die Veröffentlichung des Fotos auf der Titelseite bezahlt wurde und somit eine Anzeige vorliegt, kann der Presserat nicht feststellen. Es liegen jedoch Anhaltspunkte vor, dass für die Veröffentlichung des Fotos eine Gegenleistung erbracht wurde. Das kann jedoch nicht definitiv bewiesen werden. (0215/13/2

Aktenzeichen:0215/13/2

Veröffentlicht am: 01.01.2013

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

Entscheidung: öffentliche Rüge