

**Entscheidung**  
**des Beschwerdeausschusses 1**  
**in der Beschwerdesache 0444/24/1-BA**

**Ergebnis:** **Beschwerde unbegründet, Ziffern 1, 7**  
**Datum des Beschlusses** **19.09.2024**

**A. Zusammenfassung des Sachverhalts**

I. Ein Magazin veröffentlicht online am 22.04.2024 einen Artikel unter der Überschrift „Baerbock hält FDP-Sparpläne angesichts der aktuellen Weltlage für problematisch“. Der Beitrag beschäftigt sich mit den Auseinandersetzungen zwischen SPD und FDP im Hinblick auf die von der FDP geplanten Einsparungen bei den Sozialausgaben. Es heißt, in den Streit schalte sich nun Außenministerin Baerbock ein. Beigestellt ist dem Artikel ein Foto, das Annalena Baerbock bei einem Pressetermin in Luxemburg zeigt. Der Fotocredit des Bildes lautet „Kira Hofmann/phototek/IMAGO“.

II. Der Beschwerdeführer teilt mit, bei dem Bild handele es sich um ein PR-Foto, das die Fotografin im Auftrag des Auswärtigen Amtes angefertigt habe. Dies erfahre der Leser nicht, wodurch die Veröffentlichung unwahrhaftig sei. Zudem hätte das PR-Foto – analog zum Umgang mit einer veröffentlichten Pressemitteilung – als solches gekennzeichnet werden müssen. Weiterhin würden solche Bilder vom Auswärtigen Amt so günstig zur Verfügung gestellt, dass man es wie eine bezahlte Veröffentlichung bewerten könnte. Auch sei die in Ziffer 7 Pressekodex geforderte besondere Sorgfalt im Umgang mit PR-Material nicht beachtet worden.

III. Das Justitiariat teilt mit, dass es richtig sei, dass das Foto im Auftrag des Auswärtigen Amtes erstellt und dann über die Agenturen vertrieben wurde. Ein solches Vorgehen sei mittlerweile nicht unüblich. Man sei sich dessen bewusst und entsprechend sensibilisiert. Es sei deshalb übliche Praxis, dass die Originalquelle im Fotocredit mitangegeben und dadurch kenntlich gemacht werde, dass Fotos nicht von unabhängigen Agenturen oder Fotografen stammen. Dass dies vorliegend unterblieben sei, sei bedauerlich, der Grund liege darin, dass der Beitrag ausnahmsweise direkt von der (schreibenden) Redaktion bebildert worden sei ohne Einschaltung der entsprechend sensibilisierten Bildredaktion.

Man sehe im konkreten Fall trotzdem keine zwingende Verletzung der Ziffern 1 und 7 des Pressekodex. Das Foto gebe den Vorgang des von Annalena Baerbock abgehaltenen Pressestatement-Termins „wahrhaftig“ wieder – im Sinne von „wahrhaftiger Unterrichtung der Öffentlichkeit“. Es sei ein Foto, wie tausende vergleichbare Fotos bei entsprechenden Gelegenheiten professionell aufgenommen würden, aber ohne besondere Merkmale, die es aus der Masse ähnlicher Fotos herausheben würden. Vermutlich sei es deshalb von der Redaktion auch ausgewählt worden. Es mache insofern in diesem Fall keinerlei Unterschied, dass der Auftraggeber das Außenministerium gewesen sei, es sei eine professionelle Fotografin gewesen, die ihren Job gemacht habe, ein besonderes In-Szene-Setzen der Außenministerin sei nicht erkennbar. Aber das möge der Beschwerdeausschuss alles auch anhand anderer, grundsätzlicherer Überlegungen bewerten.

Entsprechendes gelte auch für die Frage, ob eine Gleichsetzung einer „Pressemitteilung“ i. S. v. Richtlinie 1.3 mit einem Foto wie dem Vorliegenden gerechtfertigt sei. Keine seriöse Presseagentur würde Pressemitteilungen Dritter einfach so vertreiben, auch nicht mit einer Kennzeichnung in den Erläuterungen. Anders bei Bildagenturen, dort sei dies nicht unüblich, entsprechende Fotos würden wie alle anderen angeboten, man müsse dann eben extra in den Anmerkungen suchen, ob es von einem Dritten beauftragt wurde. Zudem sehe Richtlinie 1.3 auch eine fehlende Bearbeitung als Voraussetzung für eine Kennzeichnung. Das sei nicht vergleichbar mit dem vorliegenden Fall.

Schließlich scheidet ein Verstoß gegen Ziffer 7 ganz offensichtlich aus. Weder habe die Redaktion Geld bekommen noch Schleichwerbung gemacht, hierzu erübrigten sich weitere Ausführungen.

## **B. Erwägungen des Beschwerdeausschusses**

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung keine Verletzung der Ziffern 1 und 7 des Pressekodex. Die Mitglieder sind übereinstimmend der Auffassung, dass die Veröffentlichung des Bildes nicht unwahrhaftig ist, da es eine reale Darstellung von Außenministerin Annalena Baerbock bei einem Pressetermin in Luxemburg beinhaltet. Bei einem Foto wie dem vorliegenden ist zudem eine Kennzeichnung als PR-Foto presseethisch nicht zwingend geboten, da es sich um ein neutrales Bild handelt, mit dem keinerlei werbliche Aussagen verbunden sind. Aus diesem Grund ist auch ein Verstoß gegen das Gebot der klaren Trennung von Redaktion und Werbung im Sinne der Ziffer 7 des Pressekodex auszuschließen.

## **C. Ergebnis**

Insgesamt liegt damit kein Verstoß gegen die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats vor, so dass der Beschwerdeausschuss die Beschwerde für unbegründet erklärt.

Die Entscheidung ergeht einstimmig.

#### Ziffer 1 – Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde

Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.

Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien.

#### Richtlinie 1.3 – Pressemitteilungen

Pressemitteilungen müssen als solche gekennzeichnet werden, wenn sie ohne Bearbeitung durch die Redaktion veröffentlicht werden.

#### Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

#### Richtlinie 7.1 – Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen

Bezahlte Veröffentlichungen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung für den Leser erkennbar sind. Die Abgrenzung vom redaktionellen Teil kann durch Kennzeichnung und/oder Gestaltung erfolgen. Im Übrigen gelten die werberechtlichen Regelungen.

#### Richtlinie 7.2 – Schleichwerbung

Redaktionelle Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen, dürfen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Eine Überschreitung liegt insbesondere nahe, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse oder das Informationsinteresse der Leser hinausgeht oder von dritter Seite bezahlt bzw. durch geldwerte Vorteile belohnt wird.

Die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle gebietet besondere Sorgfalt beim Umgang mit PR-Material.

Den Presskodex und die Beschwerdeordnung finden Sie auf unserer Homepage unter

<https://www.presserat.de/presskodex.html> / <https://www.presserat.de/beschwerdeordnung.html>

Deutscher Presserat Postfach 12 10 30 10599 Berlin

Fon: 030/367007-0 Fax: 030/367007-20 E-Mail: [info@presserat.de](mailto:info@presserat.de) [www.presserat.de](http://www.presserat.de)

