

Hinweis auf eine Bank wegretuschiert

Veränderung von Bildmaterial muss eindeutig gekennzeichnet werden

Die Golf-Beilage einer überregionalen Zeitung zeigt auf dem Titel unter der Überschrift „Ewig fit“ den Golfprofi Bernhard Langer. Die Titelseite verweist auf einen Artikel unter der Überschrift „Wieder zu Hause“ über Langers besondere Beziehung zum Golfturnier von Augusta (Georgia, USA). Der Artikel ist mit einem ganzseitigen Bild Langers illustriert, auf dem er – wie auf dem Titelblatt – ein weißes Cappy trägt sowie ein hellblaues Hemd mit den Emblemen der Sponsoren Mercedes Benz und Bogner. Die anwaltlich vertretene Beschwerdeführerin – eine Bank - rügt eine Verletzung der Ziffer 2 des Pressekodex wegen einer Manipulation der Fotos. Das Cappy habe ursprünglich den Schriftzug der Bank getragen. Dieser sei bei der aktuellen Berichterstattung wegretuschiert worden. Durch diese Manipulation sei jeder Hinweis auf die Bank eliminiert worden. Die Rechtsvertretung der Zeitung antwortet auf die Beschwerde. Selbstverständlich habe man die von einer Agentur gekauften Fotos nicht mit irgendeiner Absicht „retuschiert“. Unter grafischen Gesichtspunkten habe es bei dem Foto aber das Problem gegeben, dass die redaktionellen Hinweise auf die Golfbeilage den Bank-Schriftzug auf dem Cappy überdeckt hätten. Chefredaktion und Grafik hätten sich daraufhin geeinigt, den Schriftzug wegzunehmen. Solche Anpassungen an grafische Bedürfnisse seien bei gekauften Fotos durchaus üblich und werden von den redaktionell Verantwortlichen veranlasst. Dass der Schriftzug anderer Sponsoren nicht entfernt worden sei, hänge damit zusammen, dass sie grafisch nicht gestört hätten. Die Rechtsvertretung der Zeitung könne nachvollziehen, dass die Führungsetage der Bank darüber verstimmt sei. Deshalb habe man bei den Heftausgaben im Internet und in der App die Fotos getauscht.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Veröffentlichung einen Verstoß gegen die in Ziffer 2 des Pressekodex festgeschriebene journalistische Sorgfaltspflicht. Er spricht eine Missbilligung aus. Das bearbeitete Bildmaterial ist vom durchschnittlichen Leser als dokumentarische Abbildung aufzufassen. Nach Richtlinie 2.2 des Pressekodex (Symbolfoto) muss ein derart verändertes Bildmaterial deutlich wahrnehmbar als solches gekennzeichnet werden. Das ist in diesem Fall nicht geschehen.

Aktenzeichen:0419/19/2

Veröffentlicht am: 01.01.2019

Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2);

Entscheidung: Missbilligung