

## Fotoretusche

Überdimensionale Scheckformulare stehen im Mittelpunkt zweier Fotos, die eine Regionalzeitung veröffentlicht, um über gute Taten zu berichten. Auf einem Foto überreicht eine Bäuerin im Namen ihrer Kolleginnen einen Spendenscheck über 1.977 D-Mark an Vertreterinnen der Kinderkrebshilfe. Ein anderes Bild zeigt Repräsentanten der örtlichen Werbegemeinschaft, die an Tierschutzverein und Dorfgemeinschaft einen Scheck über 8.529 D-Mark überreichen, welche beim Verkauf eines 100 Meter langen Stollens zusammengekommen sind. Ein drittes Foto berichtet unter der Überschrift "Aus Firmen & Unternehmen" über den Ausgang einer PS-Jahresauslosung der Sparkasse des Ortes. Es zeigt den Sparkassendirektor und zwei Gewinner mit Schecks über jeweils 25.000 D-Mark. Auf allen Schecks ist jeweils das Logo der Sparkasse entfernt worden. Darüber beschwert sich die betroffene Sparkasse beim Deutschen Presserat. Ihrer Meinung nach ist die Veränderung der Fotos unzulässig. Die Zeitung entgegnet, sie halte es für Schleichwerbung, wenn sich ein Geldinstitut mit Hilfe eines überdimensionalen und mit dem Namen des Instituts überdeutlich gekennzeichneten Scheckvordrucks in ein redaktionell zu veröffentlichendes Bild setzen will, ohne selbst an dem Zustandekommen der Spende beteiligt zu sein. Selbst wenn die Sparkasse tatsächlich der Geldgeber sei, bedürfe es neben deren Nennung im begleitenden Text nicht noch des Institutsnamens auf dem Scheckvordruck. (1996)

Der Presserat kommt zu dem Ergebnis, dass eine Verletzung der Sorgfaltspflicht, wie sie Ziffer 2 des Pressekodex vorschreibt, nicht vorliegt. Dort heißt es u.a., dass Dokumente sinngetreu wiedergegeben werden müssen. Nach Ansicht des Presserats liegt keine Verletzung des Pressekodex vor, wenn die Zeitung die Fotos so retuschiert, dass in den abgebildeten Scheckformularen das Logo der Sparkasse nicht mehr zu erkennen ist. Eine Irreführung des Lesers ist nicht gegeben, da der Sinn des Bildes erhalten bleibt. Ob retuschiert wird oder nicht, bleibt nach Meinung des Presserats der Redaktion überlassen. Solange der Inhalt des Fotos nicht verfälscht wiedergegeben wird, ist die journalistische Sorgfaltspflicht beachtet. Die Beschwerde wird als unbegründet zurückgewiesen. (B 72/97)

(Siehe auch "Fotos" und "Werbung")

**Aktenzeichen:** B 72/97

**Veröffentlicht am:** 01.01.1997

**Gegenstand (Ziffer):** Sorgfalt (2);

**Entscheidung:** unbegründet