

Firmenfotos

Nennung der Firma als Quelle zulässig

Unter der Überschrift „Ran an die Spitze“ berichtet eine Regionalzeitung über Damenunterwäsche. Dem Beitrag sind zwei Fotos beigelegt, die laut Autorenangabe von einer Herstellerfirma stammen. Ein Leser sieht den Grundsatz der Trennung von Werbung und Berichterstattung nicht mehr gewahrt und beschwert sich beim Deutschen Presserat. Die Redaktionsleitung erklärt, es sei keine Schleichwerbung, wenn Firmenfotos für ein allgemeines redaktionelles Thema verwendet würden. (1998)

Der Presserat hält es für zulässig, einen Beitrag über Damenunterwäsche mit Fotos einer Herstellerfirma zu illustrieren. Selbstverständlich darf dabei auch die Firma als Urheberin der Bilder genannt werden. Bei der Nennung des Firmennamens handelt es sich in diesem Fall nicht um einen werbenden Hinweis, sondern lediglich um eine reine Quellenangabe. Da er Ziffer 7 des Pressekodex dabei nicht berührt sieht, weist der Presserat die Beschwerde als unbegründet zurück.

Aktenzeichen:B 116/98

Veröffentlicht am: 01.01.1998

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

Entscheidung: unbegründet