

Der ZDF-Sommertreff 2012

Alles, was Rang und Name hat, erschien auf dem auch von Philip Morris gesponsertem Sommertreff des ZDF am 2. Juli 2012. Merkel, Steinmeier, Ramsauer, Trittin, Bartsch, Rösler...mit den zehn BundesministerInnen hätte die Bundeskanzlerin eine Kabinettsitzung abhalten können. Das Showgeschäft mit seinen Krimikommissaren und Talkprominenz war auch gut vertreten. Die Berliner Zeitung spricht von 2.000 Gästen.

Wir verteilten vor dem Eingang des Kolonnadenhofs der Museumsinsel innerhalb von 2 Stunden 500 Flugblätter und hielten unser Poster „ZDF sponsored by Philip Morris“ hoch. In den zahlreichen Gesprächen bemerkten wir großen Zuspruch für unsere Kritik am ZDF. Immer wieder outeten sich Gäste verschämt als MitarbeiterInnen des ZDF und stimmten unter vorgehaltener Hand unserem Protest zu.

Uns wurde von Gästen berichtet, dass sich das Zelt von Philip Morris direkt vor der Alten Nationalgalerie unmittelbar neben der Hauptbühne im Mittelpunkt der Feier befand und dort reichlich Gratiszigaretten an die Gäste verteilt wurden. Es sei extrem viel geraucht wurde, deutlich mehr als sonst bei vergleichbaren Veranstaltungen. Auffällig war, dass das ZDF Philip Morris mehrere Zeltzellen, insgesamt vier an der Zahl, zur Verfügung stellte. Sogar in der ZDF-Lounge befand sich ein Zigarren-Stand. Es sei ein Skandal, dass das kulturelle Ansehen der Alten Nationalgalerie und der gesamten Museumsinsel (UNESCO-Weltkulturerbe) dank ZDF für die Philip-Morris-Promotion missbraucht wurde.

Meedia.net hatte beim ZDF nachgefragt, warum die „Richtlinien für Werbung und Sponsoring“ des ZDF, die Tabak sponsoring für Sendungen ausdrücklich untersagen, nicht eingehalten würden. Die Antwort des ZDF lautete, dass der entsprechende Passus der Werberichtlinie für Veranstaltungen eben nicht gelte.

Dagegen sieht das Forum Rauchfrei keinen wesentlichen Unterschied zwischen Sendungen und Veranstaltungen, zumal das ZDF und Fotoagenturen im Internet für eine weite Verbreitung von Bildern der Veranstaltung mit Promis auf dem Hintergrund der Sponsorenwand sorgen.

Der Kommentar dazu von Meedia.net: „Das kann man scheinheilig finden. Oder pragmatisch.“