presserat

# Sänger plus Hotel plus Wein plus Grappa

## Zeitschrift spricht mit Al Bano und stellt seine Aktivitäten vor

Der italienische Sänger Al Bano ist Gesprächspartner einer Zeitschrift. Dem „Exklusiv-Interview“ beigestellt ist ein Artikel, in dem es um die geschäftlichen Aktivitäten des Künstlers, Hoteliers und Winzers geht. Seine Ferienanlage wird als „Paradies“ und „wunderschönes Ferienidyll“ beschrieben. Die Zeitschrift weist auch auf die Buchungsmöglichkeiten in Reisebüros hin und ergänzt ihre Informationen mit der entsprechenden Telefonnummer. Sie teilt mit, dass Al Bano Weine, Grappa und Olivenöl zu Preisen von sieben bis 35 Euro pro Flasche verkaufe. Mehr Informationen verheißt die Redaktion durch die Nennung der Homepage des Barden. Ein Leser der Zeitschrift sieht angesichts der positiven Beschreibung der Al Bano-Aktivitäten und der angegebenen Details einen Fall von Schleichwerbung. Er untermauert seine Kritik mit dem Hinweis auf drei beispielhafte Fälle, in denen der Presserat Schleichwerbung kritisiert hat. Die Rechtsabteilung der Zeitschrift vertritt die Auffassung, dass von Schleichwerbung keine Rede sein könne. Wenn eine Zeitschrift mit Al Bano spreche, dann gehörten Informationen über seine anderen beruflichen Aktivitäten zur Berichterstattung dazu. Die dezenten Hinweise auf Hotel und Wein seien alles andere als eine werbliche Botschaft. Hätte die Redaktion diese Informationen nicht gebracht, hätten zahlreiche Leser genau nach diesen gefragt. Ein weiterer Grund für die Berichterstattung sei, dass Al Bano für seine Weine zahlreiche Auszeichnungen bekommen habe. Es sei abwegig, in diesen Informationen Schleichwerbung zu sehen. (2008)

Die Zeitschrift hat gegen den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Pressekodex verstoßen, weshalb der Presserat eine Missbilligung ausspricht. Der Beschwerdeausschuss verkennt nicht, dass es für viele Leser von Interesse sein kann, dass der Sänger Al Bano auch als Winzer und Hotelier aktiv ist. Die Grenze von der Berichterstattung im öffentlichen Interesse zur Schleichwerbung wird jedoch mit der Nennung diverser Details, Adressen, Homepages und Telefonnummern überschritten. Diese Angaben fördern die geschäftlichen Aktivitäten Al Banos. Sie sind somit Schleichwerbung. (BK1-182/08)

**Aktenzeichen:**BK1-182/08
**Veröffentlicht am:** 01.01.2008
**Gegenstand (Ziffer):** Trennung von Werbung und Redaktion (7);
**Entscheidung:** Missbilligung