

## Clooneys Eigenheim und die Uhrenmarke

### Bei Home-Story die Grenze zur Schleichwerbung nicht überschritten

Unter dem Titel „Unser Lieblings-Italiener“ veröffentlicht ein Gesellschaftsmagazin eine Home-Story über George Clooney, der die Journalisten des Blattes in seinem Haus am Comer See in Italien empfängt. Anlass ist ein Fototermin des Schauspielers mit einer Uhren-Edelmarke. Die Zeitschrift berichtet über Clooneys Qualitäten beim Fotografieren. Die Uhrenmarke wird im Text zweimal erwähnt. Zum Beitrag gehören mehrere Fotos aus dem Haus und vom Schauspieler selbst. Auf zwei großformatigen Bildern ist eine Uhr der Marke zu sehen. Im Bildtext heißt es sinngemäß, George Clooney habe in seinen Garten eingeladen, um sich mit dem Zeitmesser fotografieren zu lassen. Für den Beschwerdeführer, einen Leser der Zeitschrift, gibt es kein öffentliches Informationsinteresse an dem Umstand, dass der Schauspieler das Werbegesicht einer bestimmten Firma sei. Er sieht daher einen Verstoß gegen Ziffer 7, Richtlinie 7.2, des Pressekodex, da die Grenze zwischen neutraler Berichterstattung und Schleichwerbung überschritten worden sei. Die Rechtsabteilung des Verlags betont, dass es sich bei dem ausschließlich redaktionellen Beitrag nicht um eine bezahlte Veröffentlichung handele. Die Rechtsabteilung schreibt wörtlich: „Im Rahmen dieser eindeutig redaktionellen Veröffentlichung über den Schauspieler George Clooney und die besonderen Umstände eines Fotoshootings war die Nennung des Uhrenherstellers (...) erforderlich“. Der Presserat habe 2006 selbst festgestellt, dass es von öffentlichem Interesse sei, wer als Sponsor für einen Schauspieler, einer so genannten absoluten Person der Zeitgeschichte, wirke. Nichts anderes könne im vorliegenden Fall gelten. (2008)

Die Zeitschrift hat nicht gegen den Pressekodex verstoßen; die Beschwerde ist unbegründet. Besonders wichtig ist es für den Presserat, dass der Leser durch den Beitrag nicht in die Irre geführt wird. Die Zeitung macht klar, dass sie Gelegenheit hatte, bei einem Fototermin des Schauspielers mit Vertretern der ihn sponsorenden Uhrenmarke dabei zu sein. Der Hersteller wird zwar genannt und im Bild gezeigt, jedoch nicht unangemessen hervorgehoben. Auch gibt die Redaktion keinerlei Preisinformationen. (BK2-156/08)

**Aktenzeichen:** BK2-156/08

**Veröffentlicht am:** 01.01.2008

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

**Entscheidung:** unbegründet