

## Rücken-Martyrium und Schleichwerbung

### Der Redaktion wird sensiblerer Umgang mit Kontaktdaten empfohlen

Die Online-Ausgabe einer Boulevardzeitung berichtet unter der Überschrift „Junge Frau (23) von Rücken-Martyrium erlöst“ über einen Fall, bei dem Rückenschmerzen durch eine Operation beseitigt wurden. An drei Stellen wird auf die Praxis des behandelnden Arztes hingewiesen. Genannt werden Anschrift, Telefonnummer und Homepage des Mediziners. Ein Nutzer des Internet-Auftritts der Boulevardzeitung sieht einen Fall von Schleichwerbung. Die Chefredaktion weist darauf hin, dass die Redaktion in eigenem Ermessen entscheide, über welche Ärzte und Behandlungsmethoden sie berichte. Nach Ansicht der Medizin-Redaktion handele es sich bei der vorgestellten Methode um einen Erfolg versprechenden Behandlungsansatz, über den man die Leser habe informieren wollen. Dabei stehe es der Redaktion frei, die Kontaktdaten des betreffenden Arztes zu nennen. Geschäftliche Interessen des Arztes hätten bei der Entscheidung für die Berichterstattung keine Rolle gespielt. Es handele sich demnach nicht um einen Fall von Schleichwerbung. (2010)

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung eine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex festgehaltenen Grundsatzes der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Entscheidender Faktor für die öffentliche Rüge, die der Presserat ausspricht, ist die Häufung der Hinweise auf den behandelnden Arzt. Das Gremium verkennt nicht, dass selbstverständlich die Redaktion darüber entscheidet, über welche ärztliche Behandlungsmethoden sie berichtet. Allerdings wird die Grenze zwischen einem begründeten öffentlichen Interesse hin zur Schleichwerbung überschritten, wenn über die sachliche Darstellung des Falles hinaus mehrfach auf den behandelnden Arzt und seine Klinik hingewiesen wird. Durch die Hervorhebung der Kontaktdaten entsteht ein Werbeeffect für Arzt und Klinik, der nicht mehr vom öffentlichen Interesse gedeckt ist. Der Presserat empfiehlt der Redaktion künftig einen sensibleren Umgang mit der Angabe von Kontaktdaten. (0673/10/2-BA)

**Aktenzeichen:**0673/10/2-BA

**Veröffentlicht am:** 01.01.2010

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

**Entscheidung:** öffentliche Rüge