

## „An Beschwerde ist nichts schön zu reden“

### Programm-Zeitschrift macht Werbung für eine Krankenkasse

Eine Programmzeitschrift beschäftigt sich unter der Überschrift „So bleibt die Sonne unser Freund“ mit den Gefahren für die Haut durch Sonneneinstrahlung und entsprechende Schutzmaßnahmen. Dabei werden die Ergebnisse einer Umfrage der Knappschaftskrankenkasse dargelegt und ein Hautarzt des Knappschaftskrankenhauses zitiert. Das Blatt weist auch auf eine App und ein spezielles Angebot der Kasse hin. Der Artikel enthält Verweise auf die Website und eine Servicehotline der Knappschaft. Ein Leser der Zeitschrift sieht in dem Beitrag Schleichwerbung für die Knappschaftskrankenkasse und damit einen Verstoß gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex. Reaktion des Chefredakteurs der Programmzeitschrift: An der Beschwerde gibt es nichts schön zu reden. Zwar könne beim Thema „Sonnenschutz“ durchaus ein Experte zu Wort kommen, aber nicht in dieser Einseitigkeit und dieser haarsträubenden werblichen Weise. Der Chefredakteur kann sich die Veröffentlichung in dieser Form nur dadurch erklären, dass der Autor des Beitrages aufgrund seiner bevorstehenden und mittlerweile vorgenommenen Entlassung bei seiner Arbeit nachlässig gewesen sei. Der Kollege habe dreißig Jahre lang in der Redaktion gearbeitet. Der Rauswurf habe ihn tief getroffen.

Die Veröffentlichung verstößt gegen das Trennungsgebot nach Ziffer 7 des Pressekodex. Der Beschwerdeausschuss spricht eine Missbilligung aus. Der Beitrag erweckt den Eindruck, es handele sich um eine Pressemitteilung der Knappschaftskrankenkasse. Die Fülle von Erwähnungen der Kasse und Hinweisen auf einen einzelnen Anbieter samt vielen Kontaktdaten ist nicht mehr durch ein öffentliches Interesse gedeckt. Die Grenze zur Schleichwerbung wird deutlich überschritten. (0822/14/1)

**Aktenzeichen:**0822/14/1

**Veröffentlicht am:** 01.01.2014

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

**Entscheidung:** Missbilligung