

Werbung unter dem Begriff „Advertorial“

Zeitschrift kehrt zu „Anzeige“ oder „Werbeinformation“ zurück

Eine Zeitschrift veröffentlicht in einer Ausgabe vier Beiträge unter den Überschriften „Herzschutz bei Chemotherapie“, „Beste Behandlungsqualität“, „Medizinische Transparenz ist wichtig in jedem Behandlungsabschnitt“ sowie „...-Klinik: Brustkrebstherapie integrativ“. Die Veröffentlichungen beschäftigen sich mit einem Wirkstoff gegen Herzschäden, dem Gesundheitsprogramm einer Krankenkasse, einem Buch aus einem Medizinverlag und einer Klinik. Die Seiten mit den Beiträgen sind mit „Advertorial“ überschrieben. Ein Leser sieht in den Beiträgen Anzeigen für ein Medikament, eine Krankenkasse, einen Medizinverlag und eine Klinik. Mit dem Begriff „Advertorial“ solle formal der Anschein erweckt werden, dass die Werbung als solche gekennzeichnet sei. Es handele sich jedoch um einen Kunstbegriff, der für die Leser unverständlich sei. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift teilt mit, dass die Veröffentlichungen für den „informierten, situationsadäquat aufmerksamen und verständigen Leser“ als Werbung erkennbar seien. Dies sowohl durch die Kennzeichnung mit „Advertorial“ als auch die Aufmachung der Beiträge, in denen jeweils Kontaktadressen von Unternehmen genannt würden. Der Werbecharakter der bezahlten Anzeigen werde somit sowohl durch Gestaltung als auch durch die Überschrift dem Verbraucher klar präsentiert. Die Rechtsvertretung hält den Begriff „Advertorial“ für allgemein bekannt. Dennoch kündigt sie an, ihn künftig durch die Bezeichnungen „Anzeige“ oder „Werbeinformation“ zu ersetzen. (2008)

Die Zeitschrift hat gegen Ziffer 7, Richtlinie 7.1, des Pressekodex verstoßen. Darin wird gefordert, dass bezahlte Veröffentlichungen für den Leser als solche erkennbar sein müssen. Der Hinweis „Advertorial“ genügt nicht, dem Leser den werblichen Charakter der Beiträge zu verdeutlichen. Der Beschwerdeausschuss spricht einen Hinweis aus. Er verzichtet auf eine schärfere Maßnahme, da die Zeitschrift mitgeteilt hat, dass sie künftig auf die Verwendung des Begriffes „Advertorial“ zugunsten der Bezeichnungen „Anzeige“ oder „Werbeinformation“ verzichten wird. (BK2-8/08)

Aktenzeichen: BK2-8/08

Veröffentlicht am: 01.01.2008

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

Entscheidung: Hinweis