presserat

Trotz Rüge bleibt alles beim Alten

Zeitschrift wirbt weiterhin für namentlich genannte Medizin-Produkte

Eine Programm-Zeitschrift veröffentlicht in vier Ausgaben Berichte zu Gesundheitsthemen. Ein Leser des Blattes verweist auf seine Beschwerde 0403/19/3, zu der der Presserat eine öffentliche Rüge ausgesprochen hatte. Er stellt fest, dass sich an der gerügten Praxis nichts geändert habe. Der Beschwerdeführer nennt mehrere Beispiele. Danach hat die Zeitschrift immer wieder lobend auf namentlich genannte Produkte hingewiesen, für die jeweils auch mit Anzeigen im jeweiligen Heft geworben worden sei. Der Leser zieht dieses Fazit: Offensichtlich sei es eine gezielte Strategie der Zeitschrift, über körperliche Beschwerden zu berichten, die dann mit einem ausgewählten Medizinprodukt redaktionell verwoben würden. Es sei undenkbar, dass jeweils ein Alleinstellungsmerkmal vorliege. Für diese Alltagsbeschwerden gebe es auf dem Markt zahllose Produkte. Die Rechtsabteilung der Zeitschrift nimmt Stellung. Das Wesensmerkmal der medizinischen Berichterstattung in der Zeitschrift sei es, dass alltägliche, aber störende Beschwerden von medizinischen Experten erklärt würden. Dazu gehöre es auch, erste und einfach umsetzbare Lösungsansätze vorzuschlagen. Dies beinhalte auch Hinweise auf rezeptfreie und damit besonders leicht zugängliche Arzneimittel. Nach Auffassung der Rechtsabteilung entspreche gerade die einfache Darstellung des medizinischen Problems, kombiniert mit einem ersten Lösungsansatz, dem Informationsinteresse der Leser. Die beispielhafte Nennung eines konkreten Präparats gehe auch nicht über das Leserinteresse hinaus. Nach Darstellung des Verlages stünden die vom Beschwerdeführer angeführten Anzeigen in den Heften in keinem Zusammenhang mit diesen medizinischen Beiträgen.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in den Berichterstattungen einen schweren Verstoß gegen die in Ziffer 7 des Pressekodex verlangte klare Trennung von Werbung und Redaktion sowie einen Verstoß gegen die in Ziffer 2 des Kodex festgeschriebene journalistische Sorgfaltspflicht. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. In den beanstandeten Berichten geht es darum, dass in ihnen einzelne Präparate empfohlen werden. Der Zeitschrift ist bekannt, dass der Presserat darin regelmäßig ein Überschreiten der Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex sieht, sofern nicht besondere Umstände – insbesondere das Vorliegen eines Alleinstellungsmerkmals – ein hinreichendes öffentliches Interesse an einer solchen Hervorhebung begründen können. Sofern im Einzelfall ein Alleinstellungsmerkmal vorliegt, muss dies den Lesern im Beitrag mitgeteilt werden. Vor diesem Hintergrund überschreiten die beanstandeten Artikel eindeutig die Grenze zur Schleichwerbung. Der Beschwerdeausschuss sieht es als

erschwerenden Umstand an, dass die Zeitschrift bereits für dieses Vorgehen gerügt wurde und die Praxis dennoch beibehält. Darüber hinaus stellt der Beschwerdeausschuss in der Berichterstattung zu einem namentlich genannten Applikator unter der Überschrift „Neu in der Apotheke“ einen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht fest. Das Produkt ist nachweislich bereits seit mehreren Jahren auf dem Markt.

Aktenzeichen:0936/19/3
Veröffentlicht am: 01.01.2020
Gegenstand (Ziffer): Sorgfalt (2); Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge