presserat

Produkt ohne erkennbaren Grund hervorgehoben

Zeitung überschreitet deutlich die Grenze zur Schleichwerbung

„Eine Medizin für die ganze Familie“ titelt eine Regionalzeitung. Es geht im Beitrag um ein homöopathisches Erkältungsmittel, das ausschließlich positiv dargestellt wird. Die Redaktion beruft sich dabei auf nicht näher erläuterte „wissenschaftliche Untersuchungen“ und „eine aktuelle, groß angelegte Apothekenstudie“. Eine Leserin der Zeitung wendet sich mit einer Beschwerde an den Presserat, weil sie in der Veröffentlichung einen Fall von Schleichwerbung sieht. Der Chefredakteur der Zeitung teilt mit, dass der Beitrag von einer Agentur geliefert worden und auf der Gesundheitsseite erschienen sei. Die Kritik der Beschwerdeführerin sei für den Fall nachvollziehbar, dass es Zweifel an der Seriosität der Agentur geben würde. Konkret müssten die im Text zitierten „wissenschaftlichen Untersuchungen“ infrage gestellt werden. Für Hinweise auf entsprechende Erkenntnisse wäre er dankbar. Auf der Basis entsprechender Untersuchungen wäre die Nennung des Präparates statthaft, zumal das Produkt in vielen tausend Familien eingesetzt werde.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung eine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Mit dieser Art der Darstellung wird die Grenze zwischen einer Berichterstattung von öffentlichem Interesse und Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Pressekodex deutlich überschritten. Ohne erkennbaren Grund wird ein einzelnes Produkt aus einer Palette ähnlicher Präparate hervorgehoben und völlig unkritisch unter Verwendung werblicher Aussagen dargestellt. Der Agenturbeitrag lässt jegliche journalistische Einordnung der Qualität des Präparates vermissen. Mit presseethischen Grundsätzen ist dies nicht vereinbar.

Aktenzeichen:0999/17/3
Veröffentlicht am: 01.01.2018
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);
Entscheidung: öffentliche Rüge