

## Anzeige nicht gekennzeichnet

### Werbung für Pharma-Produkte in redaktioneller Aufmachung

Eine Zeitschrift für Radfahrer veröffentlicht einen Beitrag über Nahrungsergänzung im Leistungssport. Dabei nennt sie in erster Linie orthomolekulare Vitalstoffprodukte eines bestimmten Herstellers. Am Fuß des ganzseitigen Artikels wirbt die genannte Firma für ihr Angebot. Die komplette Seite ist überschrieben mit „Produktinfo“. Ein Leser beschwert sich beim Deutschen Presserat. Nach seiner Ansicht reicht der Rubrikname „Produktinfo“ nicht aus, um den Artikel als Anzeige zu kennzeichnen. Der Inhalt des Beitrages weise eindeutig auf eine bezahlte Veröffentlichung hin. Der Verlag räumt ein, dass er mit der nicht als Anzeige gekennzeichneten Veröffentlichung gegen den Pressekodex verstoßen habe. Dafür entschuldige man sich in aller Form. (2003)

Der Presserat missbilligt das Versäumnis der Redaktion. Wie diese einräumt, handelt es sich bei dem Beitrag nicht um eine redaktionelle Veröffentlichung, sondern um eine Anzeige. Diese hätte als solche kenntlich gemacht werden müssen. Da dies nicht geschehen ist, besteht die Gefahr, dass der Leser den Text als redaktionellen Beitrag auffasst. Mit der nicht vorgenommenen Kennzeichnung als Anzeige wurde daher gegen Richtlinie 7.1 verstoßen. (B1-38/03)

(Siehe auch „Schleichwerbung für eine Pille“ B1-261/02, „Schleichwerbung für Sauerstoffgeräte“ B1-11/03, „Werbung für ein Hustenmittel“ B1-116/03 und „Werbung für Medikamente“ B1-181/03)

**Aktenzeichen:**B1-38/03

**Veröffentlicht am:** 01.01.2003

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

**Entscheidung:** Missbilligung