

Zeitung bedauert werbenden Artikel

Veröffentlichung nach einer Kette von unglücklichen Umständen

Auf der Medizin-Seite einer Regionalzeitung steht ein Beitrag unter der Überschrift „Wenn der Bauch weh tut“. Es geht um Ursachen und mögliche Behandlungen. Zweimal weist die Zeitung auf ein bestimmtes Präparat hin und nennt die Website des Herstellers. Dort sei ein „Schmerztagebuch“ zu finden. Ein Leser vermutet, dass der Beitrag aus einer Werbebroschüre des Arzneimittelherstellers stamme. Er sei nicht als Anzeige gekennzeichnet und erwecke daher zunächst den Eindruck, ein redaktioneller Beitrag zu sein. Der Redaktionsdirektor bedauert die Veröffentlichung. Durch eine Verkettung widriger Umstände sei der zu Recht beanstandete Artikel erschienen. Er schildert ausführlich, wie es zu der Panne gekommen ist. Er spricht von einem Desaster. Man habe sich mittlerweile beim Beschwerdeführer in aller Form entschuldigt. Der Redaktionsdirektor hat nach eigenen Angaben seine Kollegen nochmals auf die Richtlinien des Pressekodex aufmerksam gemacht. Gleichzeitig bittet er, die unglücklichen Umstände, die zum Erscheinen des Artikels geführt hätten, bei der Beurteilung der Beschwerde zu berücksichtigen. (2009)

Die Zeitung hat gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Schleichwerbung) verstoßen. In Richtlinie 7.2 ist festgehalten, dass die Glaubwürdigkeit der Presse als Informationsquelle besondere Sorgfalt im Umgang mit PR-Material gebietet. Die Erwähnung eines bestimmten Präparats und die Übernahme von unbearbeitetem PR-Material sind Schleichwerbung. Die Zeitung räumt ein, dass der Beitrag nicht hätte veröffentlicht werden dürfen. Eine Verkettung widriger Umstände habe dazu geführt. Die Beschwerde ist begründet. Der Presserat verzichtet jedoch auf eine Maßnahme, da die Zeitung den Fehler eingeräumt und glaubhaft gemacht hat, dass er auf ein Versehen zurückzuführen sei. Sie versichert außerdem, derartige Veröffentlichungen künftig auszuschließen. (BK1-22/09)

Aktenzeichen: BK1-22/09

Veröffentlicht am: 01.01.2009

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

Entscheidung: begründet, keine Maßnahme