presserat

Beschreibung eines Arzneimittels

Eine Zeitschrift widmet einem aus den USA stammenden Cholesterinpräparat einen größeren Beitrag. Die Überschrift verheißt »Medizin-Sensation, die Pille gegen den Herzinfarkt«. Einleitend wird festgestellt, das Arzneimittel räume verkalkte Arterien frei und vergebe alle Sünden wie Rauchen, Saufen und fettes Essen. Ein Biochemiker und Mitglied der Geschäftsleitung der Herstellerfirma nimmt zu verschiedenen Fragen der Wirkungsweise des Arzneimittels und dessen Anwendung Stellung. Eine Packung des Präparats ist abgebildet. Auch der Preis wird angegeben. Der Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie beschwert sich beim Deutschen Presserat. Bislang liege kein wissenschaftliches Gutachten über die Wirkung des Präparats vor. Es seien lediglich erste Erkenntnisse einer Studie in einer amerikanischen Zeitung veröffentlicht worden. Der Zeitschriftenbeitrag vermittele insgesamt den Eindruck der Werbung für Arzneimittel in Form eines redaktionellen Textes. Das Präparat sei rezeptpflichtig aufgrund des Heilmittelwerbegesetzes. Durch die reißerische Aufmachung werde der Leser irregeführt und die Arbeit der Ärzte erschwert. (1991)

Der Deutsche Presserat hält die Berichterstattung für zulässig, weil die Wirkung des Medikaments in differenzierter Weise beschrieben wird. Die provozierende Behauptung in der Einleitung wird im Gespräch mit dem Vertreter der Herstellerfirma zurechtgerückt. Das Präparat könne »kein Freibrief« für eine unvernünftige Lebensweise sein. Insofern werden keine unbegründeten Hoffnungen erweckt. Bei seiner Entscheidung unterstellt der Presserat, dass zum Zeitpunkt der Veröffentlichung kein anderes Produkt mit demselben Wirkstoff auf dem Markt war. Insofern erachtet er die Abbildung des Markenprodukts und nähere Angaben dazu als vertretbar. (B 8/92)

Aktenzeichen:B 8/92
Veröffentlicht am: 01.01.1992
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7); Medizin-Berichterstattung (14);
Entscheidung: unbegründet