presserat

Werbung

Unter der Rubrik »Gesundheit aktuell« berichtet eine Zeitschrift über Empfängnisverhütung ohne Risiko, indem sie über eine nicht näher bezeichnete Studie zur sogenannten 3-Stufen-Pille bzw. Mikro-Pille referiert. Der Text nennt den Produktnamen und den Hersteller eines als »neu« und »Sensation« bezeichneten Pillenpräparates und stellt dessen Vorteile heraus. Ein Leser sieht in der Veröffentlichung eine Verquickung von Information und Werbung. (1986)

Gestützt auf den allgemeinen Kenntnisstand der Medizinwissenschaft, wonach es Medikamente ohne Nebenwirkungen nicht gibt, erkennt der Deutsche Presserat bereits in der Überschrift »Empfängnisverhütung ohne Risiko« einen Verstoß gegen Ziffer 14 des Pressekodex. Ferner missbilligt er den im Artikel hervorgerufenen Eindruck, dass es eine 3-Stufen-Pille nur bei dem namentlich genannten Hersteller gibt, als versteckte Werbung. Der Presserat ist sich bei seiner Entscheidung bewusst, dass er sich hierin einem diffizilen Bereich bewegt, in dem es zwischen den berechtigten Interessen des Lesers an Information über eine Entwicklung in der Medizin und dem journalistischen Grundanliegen, den redaktionellen Teil von nicht als solcher gekennzeichneten Werbung freizuhalten, abzuwägen gilt. Zwei weitere Beiträge in derselben Ausgabe der Zeitschrift vermitteln den Eindruck, dass die Redaktion die Grenzen, die der Pressekodex in Ziffer 7 zieht, generell nicht sorgfältig genug beachtet. Der Chefredaktion wird nachdrücklich eine gewissenhaftere Abwägung empfohlen. (B 23/86)

Aktenzeichen:B 23/86
Veröffentlicht am: 01.01.1986
Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7); Medizin-Berichterstattung (14);
Entscheidung: Missbilligung