

Werbung für eine Krankenkasse

Redaktionell aufgemachte Texte sind mit Anzeigen kombiniert

Unter der Überschrift „Optimale Betreuung“ schildert eine Lokalzeitung die Krankengeschichte eines 17-jährigen Mädchens, das auf ein Spenderherz wartet und dem für 48 Tage ein Kunstherz eingesetzt wurde, um den entzündeten Herzmuskel zu entlasten. Die Zeitung zitiert den Bezirksgeschäftsführer einer Ersatzkrankenkasse mit der Feststellung, an diesem Beispiel werde deutlich, dass im Falle eines Falles nur die optimale Betreuung durch eine leistungsstarke Krankenkasse zähle. Dem Artikel beigelegt ist eine Anzeige der erwähnten Krankenkasse mit der Schlagzeile „Wer hilft, wenn wirklich etwas passiert?“. Eine Woche später bescheinigt die Zeitung unter der Überschrift „Kompetente Krankenkasse“ demselben Unternehmen eine hohe Kompetenz und einen guten Service. Anlass dieser Berichterstattung ist ein Leistungsvergleich unter verschiedenen Krankenkassen durch ein ARD-Magazin. Auch diesem Artikel ist eine Anzeige der Krankenkasse mit der Überschrift „Leisten alle Krankenkassen gleich viel?“ beigelegt. Ein Leser des Blattes schreibt an den Deutschen Presserat: „Diese Zeitung versteht es, Anzeigen und redaktionellen Teil zu verbinden. Habe auch nichts dagegen, wenn es um die örtliche Feuerwehr geht. Finde es aber äußerst verdächtig, wenn diese Verknüpfung zu Gunsten größerer Firmen, die auch noch Wettbewerber haben, geschieht. Hier fällt bei mir sofort das Stichwort ‚gekauft, und der Wortbeitrag vom Anzeigenkunden geschrieben‘. Wenn das so ist, brauche ich keine Zeitung zu abonnieren, sondern das kostenlose Anzeigenblatt vom Sonntag lesen.“ Der Verlag erklärt zu der Beschwerde, er habe den Fall in der Redaktion und in der Anzeigenabteilung eingehend besprochen und sichergestellt, dass sich derartige Vorgänge nicht wiederholen werden. (2002)

Der Presserat wirft der Zeitung vor, mit den beiden Artikeln gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex definierte Gebot der Trennung von redaktionellem Text und Werbung verstoßen und Schleichwerbung publiziert zu haben. In beiden Beiträgen wird die erwähnte Krankenkasse äußerst positiv und völlig unkritisch dargestellt. Aus diesem Grunde wäre es unbedingt notwendig gewesen, die beiden Texte mit dem Hinweis „Anzeige“ zu versehen. Da dies nicht geschehen ist, erteilt der Presserat der Zeitung eine öffentliche Rüge. (B 19/02)

(Siehe auch „Anzeigen mit Text kombiniert“ B 90/02 sowie „Werbung und Text kombiniert“ B 178/01)

Aktenzeichen:B 19/02

Veröffentlicht am: 01.01.2002

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

Entscheidung: öffentliche Rüge