

## **Dieses Präparat gibt es nur einmal**

### **Erwähnung wegen des Alleinstellungsmerkmals nicht beanstandet**

In einem Wochenmagazin erscheint ein Beitrag unter dem Titel „Wie geschmiert“. Darin befasst sich der Autor mit einer Studie über ein namentlich genanntes Gelenkschutzpräparat. Dem Beitrag zufolge wird mit dem Produkt die Hyaluronsäure-Produktion angeregt und neues Knorpelgewebe „vermehrt“ gebildet. Ein Leser des Magazins moniert, der Beitrag erwecke den Eindruck, als sei er redaktionellen Ursprungs. Offensichtlich sei er jedoch von der Pharmaindustrie verfasst und wohl auch bezahlt worden. Der Beschwerdeführer, der sich an den Deutschen Presserat wendet, fühlt sich durch die Werbung „hinters Licht geführt“ – auch und gerade, wenn eher bescheiden auf den Hersteller des Präparats hingewiesen werde. Der Chefredakteur teilt mit, dass das Thema Arthrose gerade bei älteren Menschen auf großes Interesse stoße. Es gehe um die Frage, durch welche Maßnahmen der Selbsthilfe das Leiden gemildert werden könne. Das genannte Produkt sei neu auf dem Markt. Einen Hinweis darauf habe der Autor in dem Bericht nur einmal gegeben. Hauptthema des Berichts, so der Chefredakteur, war die Untersuchung eines renommierten Orthopäden. Den Artikel habe ein Fachredakteur geschrieben, der den Vorwurf, seine Arbeit sei von der Pharmaindustrie verfasst und wohl auch bezahlt worden, zurückweist. Die Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände teilt auf Anfrage mit, dass in der einschlägigen Datenbank kein anderes Präparat mit einer identischen Zusammenfassung genannt werde. (2007)

Der Presserat kann eine Verletzung des in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten Trennungsgebots nicht erkennen. Das in dem monierten Beitrag genannte Präparat hat ein Alleinstellungsmerkmal, da kein anderes Produkt eine identische Zusammensetzung aufweist. An seiner Nennung besteht ein begründetes öffentliches Interesse. Schleichwerbung im Sinne der Ziffer 7.2 des Pressekodex liegt nicht vor. Die Beschwerde ist unbegründet. (BK2-92/07)

**Aktenzeichen:**BK2-92/07

**Veröffentlicht am:** 01.01.2007

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

**Entscheidung:** unbegründet