

Eine Buchvorstellung in Interviewform

Grenze zur Schleichwerbung wurde im Beitrag nicht überschritten

Eine Regionalzeitung veröffentlicht ein Interview mit einem Zahnarzt und Heilpraktiker, der dabei Gelegenheit bekommt, über sein Buch mit dem Titel „In aller Munde“ zu sprechen. Dabei geht es auch um den Behandlungsansatz in seiner Praxis für biologische Zahnmedizin. Der Beitrag enthält ein Foto des Buches. Verlag und Preis werden genannt. Ein Leser der Zeitung sieht in der Veröffentlichung Schleichwerbung. Zudem moniert er eine völlig unkritische Darstellung der Behauptungen des Interviewten. Die Redaktion gebe dem Zahnarzt eine Werbepattform für seine haltlosen und wissenschaftlich nicht belegbaren Aussagen. Der Chefredakteur der Zeitung weist darauf hin, dass der beanstandete Beitrag nicht in direkter Verantwortung seiner Zeitung erschienen sei. Vielmehr habe ihn eine benachbarte Zeitung produziert, von der sein Blatt überregionale Seiten beziehe. Die Journalistin, die das Interview geführt hatte, teilt in einer eigenen Stellungnahme mit, dass sie das Buch interessant gefunden und sich deshalb um das Interview bemüht habe. Sie habe dem Mediziner Fragen gestellt, die ihr selbst wichtig erschienen seien und habe sich die Antworten autorisieren lassen. Dies sei ein normaler journalistischer Vorgang. Der interviewte Arzt habe Zahnmedizin studiert und verfolge als Heilpraktiker zusätzlich einen ganzheitlichen Ansatz. Er arbeite ausschließlich mit Keramik und nutze keinerlei Metalle. Er sei kein Scharlatan, sondern promovierter Zahnmediziner. Seine Patienten schienen sehr zufrieden zu sein. Bei dem Beitrag handele es sich nicht um Werbung, sondern um ein nach einer Bucheinführung absolut übliches Interview.

Der Beschwerdeausschuss sieht in der Veröffentlichung keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Die Beschwerde ist unbegründet. Es handelt sich hier um eine Buchvorstellung in Interviewform, die durch ein begründetes öffentliches Interesse gedeckt ist. Die Grenze zur Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des Kodex wird nicht überschritten, da in dem Beitrag keine werblichen Formulierungen enthalten sind. Eine unangemessen sensationelle Berichterstattung über ein medizinisches Thema nach Ziffer 14 sieht das Gremium ebenfalls nicht, da der Leser die Aussagen des Interviewten als dessen Meinung einschätzen und entsprechend bewerten kann.

Aktenzeichen:0370/19/3

Veröffentlicht am: 01.01.2019

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7); Medizin-Berichterstattung (14);

Entscheidung: unbegründet