

Ärzte: Keine Produkt-Empfehlungen abgegeben

Programm-Zeitschrift verstößt in zwei Fällen gegen den Kodex

Eine Programm-Zeitschrift berichtet unter den Überschriften „So bleibt Ihr Herz gesund. Die besten Tipps der Ernährungs-Docs“ (Anreißer auf der Titelseite) sowie „So bleibt Ihr Herz gesund“ über Herzkrankheiten und vorbeugende Maßnahmen. Der Beschwerdeführer – selbst im kommerziellen Medien-Geschäft aktiv – teilt mit, Anlass für den Artikel sei das Erscheinen des Buches „Starkes Herz“ von einer Gruppe von Ärzten, die als „Ernährungs-Docs“ im Fernsehen aufträten. Sie seien sowohl auf der Titelseite als auch im Artikel selbst groß abgebildet. Der Artikel beruhe fast ausschließlich auf Tipps dieser Ärzte. Sie würden mit ihren Ratschlägen für ein gesünderes Herz immer wieder zitiert. Die Redaktion der Programm-Zeitschrift verweise sowohl auf das Buch als auch auf die Fernsehsendungen. Der Presserat hat sich schon vorher wiederholt mit Veröffentlichungen dieser Zeitschrift befasst. Dabei ist es immer um Veröffentlichungen im Zusammenhang mit Produktnennungen gegangen. Erschwerend sei, dass die Veröffentlichung von Produktnamen und Unternehmen dergestalt sei, als wenn die Ärzte entsprechende Empfehlungen abgegeben hätten. Diese hätten sich jedoch auf Anfrage ausdrücklich von jeglichen Produktempfehlungen distanziert. Die Rechtsabteilung des Verlages teilt mit, dass sie künftig auf Beschwerden des Beschwerdeführers nicht mehr reagieren werde. Der Verlag stehe selbstverständlich ohne Wenn und Aber zu den Leitsätzen des Pressekodex. Es sei aber der Eindruck entstanden, dass dieser Beschwerdeführer nicht etwa aus einem echten Interesse an der Wahrung der journalistischen Standards oder einem offenen Diskurs handele. Ihm sei vielmehr daran gelegen, sein eigenes kommerzielles Angebot zu fördern.

Der Beschwerdeausschuss erkennt in der Berichterstattung einen schweren Verstoß gegen das in Ziffer 1 des Pressekodex verankerte Gebot zur Wahrhaftigkeit sowie das in Ziffer 7 festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Es ist davon auszugehen, dass die Produktempfehlung von der Redaktion in den Artikel eingefügt wurde. Eine solche redaktionelle Informationsergänzung, die von der Leserschaft fälschlich einer genannten Quelle zugerechnet wird, ist ein schwerer Verstoß gegen das Wahrhaftigkeitsgebot nach Ziffer 1 des Pressekodex und geeignet, das Ansehen der Presse schwer zu beschädigen. Die Nennung des Präparats überschreitet zudem deutlich die Grenze zur Schleichwerbung. Sie ist nicht von einem hinreichenden Leserinteresse gedeckt. Dieses könnte gegeben sein, wenn ein Alleinstellungsmerkmal vorläge.

Aktenzeichen:0986/21/3

Veröffentlicht am: 01.01.2022

Gegenstand (Ziffer): Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde (1); Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: öffentliche Rüge