

Einen Hersteller von Präparaten genannt

Die Grenze zur Schleichwerbung wurde in diesem Fall überschritten

Eine Programm-Zeitschrift berichtet unter der Überschrift „Homöopathie für unterwegs“ über homöopathische Mittel für die Reiseapotheke. Sie teilt mit, dass die Präparate als Globuli, Tabletten und Salben angeboten würden, und benennt eine Firma als Bezugsquelle. Für weitere Informationen wird auf eine Internet-Seite verwiesen. Ein Leser der Zeitschrift kritisiert, dass die Redaktion für einen einzelnen Homöopathie-Hersteller werbe. Die Nennung des Unternehmens verstoße gegen die Ziffer 7 des Pressekodex (Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten). Es gebe keinen erkennbaren redaktionellen Grund, einen einzelnen Hersteller herauszustellen. Der Autor werbe insgesamt völlig unkritisch für homöopathische Mittel. Der Leser bezeichnet die Nennung des Herstellers als Schleichwerbung. Die Rechtsabteilung der Zeitschrift weist die Beschwerde als unbegründet zurück. Die Nennung des Herstellers diene dem Informationsinteresse der Leser. Eine Gegenleistung für die Erwähnung habe es nicht gegeben. Eine Beeinflussung der Redaktion durch ökonomische Interessen habe nicht stattgefunden. Die Nennung eines bestimmten Herstellers sei darin begründet gewesen, dass es sich dabei mit Abstand um den größten Hersteller von homöopathischen Mitteln in Deutschland handele. Die Produkte dieses Herstellers seien erfahrungsgemäß in den meisten Apotheken vorrätig. Die gute Verfügbarkeit sei vor allem im Blick auf die aktuell durch die Corona-Pandemie bedingten Engpässe bei einigen Arzneiprodukten ein relevanter Grund für die Nennung.

Der Beschwerdeausschuss erkennt einen schweren Verstoß gegen das in Ziffer 7 des Pressekodex festgeschriebene Gebot zur strikten Trennung von Werbung und Redaktion. Er spricht eine öffentliche Rüge aus. Nach Richtlinie 7.2 dürfen redaktionelle Veröffentlichungen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten. Eine solche Überschreitung ist insbesondere dann anzunehmen, wenn die Veröffentlichung über ein begründetes öffentliches Interesse hinausgeht. Das Gremium sieht in diesem Fall eine solche Überschreitung. Dass es sich bei der genannten Firma um den mit Abstand größten deutschen Hersteller von homöopathischen Mitteln handelt, rechtfertigt nicht die Nennung im Text.

Aktenzeichen:0817/20/3

Veröffentlicht am: 01.01.2020

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

Entscheidung: öffentliche Rüge