

Werbung - Aufgepasst!

Eine spannende Reportage über Stars und Sportler mit Asthma – wer denkt da schon Böses? Wir zeigen hier Ausschnitte aus einem Artikel zum Thema Asthma aus der „Bunten“ (Heft 6/2006). Dabei handelt es sich nicht um unabhängigen Journalismus, sondern um eine versteckte Werbung. Advertorial* oder Trojanisches Pferd – so wird das Verpacken von Werbebotschaften in Zeitungsartikel genannt. Mit der scheinbar journalistischen Berichterstattung wird das öffentliche Werbeverbot für rezeptpflichtige Medikamente umgangen.

einen Moment: Alles ist vorbei.
Doch Sie kämpften.
 Ein sportmedizinisch erfahrener Pneumologe verschrieb mir moderne Medikamente wie das Kombipräparat **Symbicort**. Ich konnte wieder trainieren.
Und siegen. Sie gewannen noch einmal Gold.
 Ja, in Athen gewannen wir Gold im Kanak-Vierer und Silber im

In einem Interview mit Birgit Fischer wird „nebenbei“ für das Asthma-Medikament Symbicort® des Herstellers AstraZeneca geworben.



KANUTIN Birgit Fischer gewann acht olympische Goldmedaillen und ist damit erfolgreichste Olympionikin aller Zeiten



Alle Abbildungen aus: Bunte, Nr. 6 2006.



Der Autor des Artikels wird

als „Asthma-Experte“ und „niedergelassener Internist“ vorgestellt. Das wirkt seriös und unabhängig. Nicht erwähnt wird die enge Zusammenarbeit des Arztes mit dem Pharmaunternehmen AstraZeneca: Auf Pressekonferenzen des Konzerns macht der Arzt für Symbicort® Reklame. Er taucht auch auf der AstraZeneca Website www.leichteratmen24.de auf. Wie eng die Verbindung ist, zeigt die Finanzierung von Timmermanns Marathon-Projekt für Asthmakranke durch AstraZeneca.

Die Kanutin Birgit Fischer ist Werbepartnerin von AstraZeneca. In vielen Interviews in Gesundheitsmagazinen und Berichten in Sportzeitschriften über die Kanutin Fischer fällt „beiläufig“ der Name des verschreibungspflichtigen Medikaments Symbicort®.

Problematisch ist die verdeckte Bewerbung eines einzigen Asthmamedikaments und damit einer bestimmten Therapiestrategie. Der Artikel in der „Bunten“ ist Teil einer breit angelegten Werbestrategie von AstraZeneca, die sich zeitgleich auch an Ärzte richtet: Die Kampagne der Hamburger Werbeagentur Unterweger und Partner arbeitet mit der Hochleistungssportlerin Birgit Fischer als prominenter Asthma-Patientin.

* Der Begriff Advertorial ist aus dem Englischen *advertising*, also Werbung, und *editorial* text, also redaktioneller Text, abgeleitet.