

## Liebe Leserin, lieber Leser,

Antibiotika können Leben retten. Leider müssen wir sagen: noch. Das Beispiel Antibiotika zeigt, was passiert, wenn Arzneimittel nicht sachgerecht eingesetzt werden. Bakterien bilden immer mehr Resistenzen gegen Antibiotika, und die wichtigen Medikamente werden dadurch unwirksam. Für den vernünftigen Umgang mit Antibiotika gibt es viele Gründe. Ab S. 8 lesen Sie, warum sowohl Ärzte als auch Patienten hier umsteuern müssen, was in Kliniken nicht optimal läuft – und wieso unsere Landwirtschaft ein wichtiger Teil des Problems ist.

Auch die Rubrik „Werbung – Aufgepasst!“ auf der Rückseite des Heftes greift das Problem auf. Denn Reklame kann den unsachgemäßen Gebrauch von Antibiotika fördern. Und beim Thema Werbung schließt sich auch der Bogen zu einem Kernthema von GPSP: In dieser Zeitschrift werden Sie keine Werbeanzeigen finden, weil uns das eine kritische Berichterstattung ermöglicht. „Aus aktuellem Anlass“ heißt unsere neue Rubrik, die Sie ab jetzt unter dem Editorial finden. Diesmal berichten wir, welche Folgen Werbung in Zeitschriften und online-Medien haben kann.



Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Dr. Christian Wagner-Ahlfs

## Aus aktuellem Anlass ... werbefreie Zone

Im vorigen GPSP-Heft hatten wir in „Werbung-Aufgepasst!“ eine Anzeige aus der Deutschen Apotheker Zeitung (DAZ) aufgespießt, die unauffällig zwischen den Facebook-Posts der DAZ platziert war. Denn das zarte Wörtchen „Anzeige“ im Fließtext war leicht zu überlesen. Erst recht, weil der Text ansonsten so wie jeder andere aus der DAZ-Redaktion aufgemacht war. Außerdem: Auf Facebook kann jeder mitlesen. Die Anzeige erreicht im Gegensatz zur Druckausgabe nicht nur Apotheker und Apothekerinnen.

Auf unsere Einschätzung reagierte die DAZ ziemlich empfindlich. Statt der eigentlich zuständigen Online-Redaktion nahm die Chefredaktion der traditionellen Druckausgabe gleich

zweimal Stellung.<sup>1,2</sup> Zunächst behauptete sie, das Wort „Anzeige“ sei durch Fettdruck hervorgehoben gewesen. Für die Leser wäre somit klar erkennbar gewesen, dass es sich um Werbung handelt. Stimmt nur leider nicht. Erst recht nicht für das Filmchen mit dem angeblichen Apotheker und seiner Tochter.

Ansonsten widerspricht die DAZ unserer Analyse nicht. Stattdessen spricht sie etwas zum Thema Werbung an, das GPSP gar nicht behauptet hat: „Doch es ist keineswegs so, dass aus einer solchen (Teil-)Finanzierung zwangsläufig auch eine Einflussnahme durch die Anzeigenkunden erfolgen würde ...“<sup>2</sup> Zwangsläufig nicht, aber dass Anzeigenkunden versuchen, unliebsame Artikel zu verhindern, kommt durchaus vor.

Das passierte vor einigen Jahren zum Beispiel bei der Zeitschrift für Allgemeinmedizin: Einen kritischen Artikel ließ der Verlag auf Betreiben von Inserenten handstreichmäßig einfach wegfallen.<sup>3</sup>

Viel wichtiger als solch direkter Druck ist aber die „Schere im Kopf“ der Redakteure und Redakteurinnen, die immer auch an die Anzeigenkunden denken, die sie nicht vergraulen sollen. Deshalb bleibt GPSP ohne Werbung.

- 1 DAZ.online am 14. März 2017 [www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2017/03/14/wer-lesen-kann-der-lese](http://www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2017/03/14/wer-lesen-kann-der-lese)
- 2 DAZ.online vom 24. März 2017 [www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2017/03/24/unseren-lesern-verpflichtet](http://www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2017/03/24/unseren-lesern-verpflichtet)
- 3 arznei-telegramm® (2006) 37, S. 93 [www.arznei-telegramm.de/html/2006\\_10/0610093\\_01.html](http://www.arznei-telegramm.de/html/2006_10/0610093_01.html)