

Werbung – Aufgepasst!

Wenn der Inhalt zur Werbe-Deko wird

Reklame kann nerven. Eine besonders clevere Form der Verpackung haben die Macher:innen von „+3“ gefunden. Das kostenlose Heft liegt jeden Monat der Süddeutschen Zeitung bei. Entsprechend seinem Untertitel „Was ist Ihre Meinung?“, finden sich verschiedene Statements von Leser:innen und Fachleuten zu drei von den Herausgebern gewählten Themen. Eins davon in der Ausgabe 67 lautet: Seltene Erkrankungen.¹

Schickes Äußeres

Redaktionelle Beiträge als ideales Werbeumfeld.

Echte Statements

Ob den Interviewten klar ist, dass sie in einer Werbebeilage auftauchen?

Haarscharf am Werbeverbot

Der Hersteller bietet nur ein einziges Medikament an. Da ist der Name überflüssig.

WIR FRAGEN: WIE ERKENNT MAN SELTENE KRANKHEITEN?

Redaktionelle Beiträge als ideales Werbeumfeld.

Realistische Schätzungen gehen davon aus, dass zwischen 10 und 20 Prozent der gentechnisch oder ungenetisch sind.

Früh über sich

BLUTPLASMA Eine große Hoffnung für Patienten mit seltenen Erkrankungen

Wie Topf auf Deckel Die Werbung ist thematisch genau passend.

Früherkennung DER DMD – WEIL JEDER TAG ZÄHLT!

Schmale Linie Sieht so eine klare Abgrenzung von Werbung aus?

Hinterher statt voll dabei?

Haarscharf am Werbeverbot Der Hersteller bietet nur ein einziges Medikament an. Da ist der Name überflüssig.

Die Statements bilden nur ein unterhaltsames Umfeld für die Reklame. Die „redaktionell anmutende Beilage“² finanziert sich durch zu den Themen passende Anzeigen. Dabei helfen die Macher des Hefts den Kunden und gestalten auf Wunsch die Anzeigen gleich mit. Auf der Website des „Warum Verlags“ wird das Publikum dazu ermuntert, seine Meinung zu bestimmten Themen abzugeben. Ausgewählte Beiträge werden veröffentlicht und durch Statements von Fachleuten ergänzt. Firmen dürfen „Textbeiträge im redaktionellen Umfeld [...] platzieren“. „Dies geschieht auf für die Leserschaft absolut transparente Art“, meinen die Macher.³ Aber in der Gestaltung unterscheidet sich der bezahlte Inhalt nicht von dem übrigen Texten. Lediglich ein unauffälliger Text weist darauf hin: „Dies ist eine gesponserte Antwort, also eine Anzeige“. Auch was offensichtlich als Reklame erkennbar ist, hat es in sich. Mehrere Anzeigen enthalten deutliche Hinweise auf bestimmte Präparate. So werben die Teddybären für ein fast eine halbe Million Euro teures Mittel gegen Morbus Duchenne und schüren gleichzeitig Ängste bei jungen Eltern, die sich um die Entwicklung ihres Babys sorgen. Dabei ist Publikumswerbung für rezeptpflichtige Arzneimittel verboten.

1 +3 (2020) Nr. 67 vom 25. Sept. <https://plus-drei.de/ausgaben>
2 Freie K (2017) Hurra im Huckepack. Impresso 2. www.szv.de/

3 hurra-im-huckepack (Abruf 2.12.2020)
<https://warumverlag.de/plusdrei> (Abruf 2.12.2020)