

Schleichwerbung erwünscht: Medienskandal Regividerm



Der [Film der ARD](#): „Heilung unerwünscht (WDR): Wie Pharmakonzerne ein Medikament verhindern“ ist kein Pharma-Skandal, sondern ein Medienskandal. Hier Auszüge aus einem [Offenem Brief](#) an [Klaus Martens](#) und [Frank Plasberg](#):

(...) „In der letzten Woche haben Sie – wissentlich oder unwissentlich – diese Öffentlichkeit in die Irre geführt, indem Sie vielen Kranken und ihren Angehörigen eine zumindest im behaupteten Ausmaß unberechtigte Hoffnung auf Heilung gemacht haben. Sie haben so einseitig positiv und so überzeugt ein Mittel als „Medikament“, als „Heilmittel“ vorgestellt, dass Ihnen viele Menschen geglaubt haben. Dieses Mittel heißt [Regividerm](#) und es ist überaus zweifelhaft, dass es nur einen Bruchteil der Erwartungen hält, die Sie geweckt haben. (...) Viele Fakten liegen mittlerweile offen, die die Vermutung stützen, dass es sich bei der Angelegenheit, zu der Sie beigetragen haben, um eine PR-Kampagne für ein schlichtes Medizinprodukt handelt, das ohne Ihre Fürsprache und ohne Ihre Bekanntheit – zu Recht – nicht diesen Bekanntheitsgrad und

Grad der Nachfrage erreicht hätte.“ (...)

Dazu [FAZ.net](#): „Schleichwerbung – Der öffentlich-rechtliche Zuschauerverrat“, [ÖKO-Test Online-Forum](#) (Thread), [Principien](#): „Die Supersalbe Regividerm“, [Forum TG-1](#) (Thread 1), [Forum TG-1](#) (Thread 2), [EsoWatch.com](#) „Regividerm“, [Stationäre Aufnahme](#): „Wahrheit unerwünscht: WDR löscht kritische Kommentare zu Regividerm“, [Ärzte Zeitung](#): „Selbsthilfe-Vereinigungen protestieren gegen ARD-Film zu neuer Hautsalbe“ sowie eine [Stellungnahme](#) des Autos Klaus Mertens. Die [Süddeutsche](#) berichtete zunächst völlig unkritisch und werbend für den Film („Eine ARD-Dokumentation über Profitgier und ihre Folgen“). [Das änderte sich](#) erst zwei Tage später: „Zweifel an der Wundercreme“.

Ein Zitat aus einem Kommentar in der Journalisten-Mailingliste [JoNet](#): „...als einer der Rechercheure in dieser Sache habe ich mich sehr gewundert, wie einer der dreistesten Medien-Skandale der letzten Zeit so unbehelligt über die Bühne gehen kann: volle 6 Stunden Sendezeit im Fernsehen mit knallharter PR für eine ‚Wundersalbe‘.“

ARD, 19.20.2009: 3/4 Stunde Reklamefilm

ARD, 23.20.2009: 3/4 Stunde Reklamefilm

Phoenix, 23.10.09: 1 Stunde Reklamefilm

Phoenix, 24.10.09: 1 Stunde Reklamefilm

1Extra, 24.10.2009: 1 Stunde Reklamefilm

1Extra, 04.11.2009: 1 Stunde Reklamefilm

Dazu kommt noch die 1. Sendung „hart aber fair“, in der eine Riege von Prominenten als Hilfsträger mißbraucht wird: gut 20 Minuten. Wenn das keine Schleichwerbung ist, was dann!?“