

„Da gerät mein Mann in Verzückung“

Frauenzeitschrift lobt eine Fußcreme in den höchsten Tönen

Eine Frauenzeitschrift titelt „Die Super-Creme gegen trockene Fersen und Füße: So kriegen Sie Hornhaut und Risse weg!“ Im Text werden ausführlich die Vorzüge einer namentlich genannten Fußcreme beschrieben. Anwenderinnen, die sich begeistert äußern, werden zitiert. Eine schreibt: „Und jetzt fühlen sich meine Fersen und Füße so seidenweich an, dass mein Mann geradezu in Verzückung gerät.“ Zu Wort kommt auch ein als solcher bezeichneter Experte, der von der Fersen- und Fußcreme absolut begeistert ist. Nach der Anwendung „...ist sofort alles okay und die Haut sieht wunderbar gepflegt aus“. Ein Leser der Zeitschrift hält den Beitrag für eine nicht als Werbung gekennzeichnete Anzeigenkampagne des Herstellers. Diese Auffassung werde durch nahezu identische Veröffentlichungen in anderen Zeitschriften belegt. Das Produkt werde in werbender Sprache beschrieben. Die Rechtsvertretung der Zeitschrift bedauert, dass die Kennzeichnung als „Anzeige“ versehentlich unterblieben sei. Es sei jedoch für die Zukunft sichergestellt, dass sich derartige nicht wiederhole. Das Blatt spricht von einem Einzelfall. (2010)

Die Zeitschrift hat gegen Ziffer 7 des Pressekodex (Trennungsgebot) verstoßen; der Beschwerdeausschuss spricht eine öffentliche Rüge aus. Die Redaktion veröffentlicht eine redaktionell gestaltete Anzeige, die – auch nach Bekunden des Verlages – nicht als Werbung gekennzeichnet ist. Werbung muss für den Leser eindeutig als solche erkennbar sein. Diese Anforderungen sind hier nicht erfüllt. Es besteht die Gefahr, dass der Leser den Beitrag als redaktionellen Beitrag wahrnimmt. (0635/10/2-BA)

Aktenzeichen: 0635/10/2-BA

Veröffentlicht am: 01.01.2010

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

Entscheidung: öffentliche Rüge