

## Sechs Enthaarungsprodukte vorgestellt

### Grenze zur Schleichwerbung wurde nicht überschritten

Im Zusammenhang mit dem Thema "Enthaarung" veröffentlicht eine Zeitschrift Hinweise auf sechs Produkte verschiedener Fabrikanten. Name, Hersteller und Preise werden jeweils genannt; Fotos illustrieren die Erzeugnisse. Der Beschwerdeführer vermutet eine bezahlte Veröffentlichung und wendet sich an den Deutschen Presserat. In ihrer Stellungnahme teilt die Rechtsabteilung der Zeitschrift mit, dass es sich nicht um eine bezahlte Veröffentlichung handle. Der Artikel sei aus Anlass der beginnenden Sommersaison gedruckt worden. Rasierte Beine seien da ein wichtiges Thema für Frauen. Der Beschwerdegegner hält Produktvorstellungen dann für zulässig, wenn sie ausgewogen gestaltet seien. Die kritisierte Veröffentlichung erfülle diese Voraussetzung. Die Redaktion habe die beschriebenen Produkte selbst ausprobiert und ihre Erkenntnisse im Gespräch mit Kosmetikerinnen untermauert. Passagen wie "beruhigt nach der Rasur", "mindert das Haarwachstum" und "pflegt und spendet Feuchtigkeit" stellten kein unsachgemäßes Lob dar. (2006)

Eine Verletzung der Ziffer 7 des Pressekodex, in der das Gebot der klaren Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten definiert ist, liegt nicht vor. Der Presserat hält daher die Beschwerde für unbegründet. Bei den Produkthinweisen handelt es sich um zulässige Informationen, die vom Leserinnen-Interesse gedeckt sind. Die Veröffentlichung enthält keine werbenden Aussagen. Produkte von sechs verschiedenen Herstellern werden vorgestellt. Keiner wird hervorgehoben; keiner erhält einen Wettbewerbsvorteil. Die Grenze zwischen dem Informationsinteresse der Leserinnen und Schleichwerbung ist nicht überschritten worden. Daher wurde auch der Trennungsgrundsatz nicht verletzt. (BK2-277/06)

**Aktenzeichen:** BK2-277/06

**Veröffentlicht am:** 01.01.2006

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

**Entscheidung:** unbegründet