

## LET'S TALK ABOUT SEX

Nur damit Sie nicht glauben, PC-ONLINE hechle jeder Anzeige hinterher, die irgendwie Geld bringt: Es gibt eine klare Vereinbarung, wieviel Erotikanzeigen in Deutschlands führender Online-Test- und Programmzeitschrift erlaubt sind. Aus diesem Grund haben wir bereits mehrfach eindeutige Anzeigenmotive abgelehnt. Manche Kunden wollen aber partout nicht verstehen, warum wir unser Heft nicht als Plattform für Peepshow-Animierdamen verkommen lassen wollen.

Dabei habe ich nun wirklich nichts gegen Sex und auch nichts gegen einen Hauch Erotik in PC-ONLINE. Für mich gibt es aber einen Unterschied zwischen netten Flirts und puffroter Anmache.

Zugegeben, die Geschmäcker sind verschieden. Aber wenn lecker anzuschauende Nackedeis „Müller Milch“ verkaufen, fühle ich mich längst nicht so direkt in den Schritt gefaßt, wie wenn mir nach Mitternacht der „Ruf mich an“-Terror im Fernsehen den allerletzten Nerv raubt.

Ich gestehe durchaus, daß die regelmäßigen Anzeigenmotive im hinteren Teil von PC-ONLINE nicht gerade unseren besten Vorstellungen von weniger peinlichen Werbebotschaften entsprechen. Aber ich finde es völlig okay, wenn Beate Uhse und Co. mit ihren Produkten offensichtlich einen Haufen Geld verdienen und auch unter PC-ONLINE-Lesern ein geldwertes Potential vermuten. Müssen jedoch entsprechende Einladungen deshalb gleich wie bunte Handzettel aussehen, die in Fußgängerpassagen oder schmutzigen Bahnhofsgassen solo herumlaufenden Herren in die Hand gedrückt werden?

Falls Sie mich jetzt vielleicht für einen verklemmten Puritaner halten: Ich blättere ab und an ganz gern im „Playboy“. Selbst meine Frau guckt sich die Bilder an. Und wenn ich das neue „Men's Health“ anschau, bleiben meine Blicke natürlich auch mal an einem entzückenden Damenrücken, schönen Beinen oder schmallenden Lippen haften, während meine Frau auch nicht gerade verschämt beneidenswerte Männerkörper bewundert. Dabei wäre es uns durchaus egal, ob die Werbebotschaft nun ein Parfum oder eine aufwendig verpackte Online-Adresse wäre ;-)

Liebe Anzeigenkunden, müssen Erotikmotive wirklich immer deutlich unter die Gürtellinie zielen? Mein Vorschlag zur Güte: Lassen Sie sich doch einfach mal von Ihren Frauen oder Freundinnen beraten. Oder fragen Sie gute Freunde, bei welchen Motiven sie vielleicht ein leichtes Prickeln verspüren und bei welchen sie sich einfach nur peinlich angemacht fühlen.

In diesem Sinne – herzlichst, Ihr



Thomas Jannot, Chefredakteur



„Für mich gibt es einen Unterschied zwischen netten Flirts und puffroter Anmache.“

*PS: Erinnern Sie sich? In PC-ONLINE 4/96 wetteten wir in einem Interview mit Felix Somm von Compuserve, daß er bis Ende Juli keine 30 Einwählknoten in Deutschland haben würde. Bis zum Redaktionsschluß war der Juli leider noch nicht vorbei. Aber ich denke, daß Herr Somm die Wette wohl verlieren wird, wenn sich das Gerücht („Kein Kommentar“) um die Übernahme von Europe Online durch Compuserve nicht doch bewahrheiten sollte.*