

## Supermarkt

### Eröffnung eines Warenhauses dieser Größe stößt auf öffentliches Interesse

“Ein neues Paradies für reale Kunden” nennt ein Boulevardblatt ein neues Warenhaus im Industriepark der Landeshauptstadt. Die Zeitung berichtet, dass sich in den Regalen auf 13.000 Quadratmetern Verkaufsfläche mehr als 40.000 Artikel stapeln, dass die neueste Filiale der Marktkette mit Leistungen wie Kinderkino, Ruhezone und Taxiruf um Kunden werbe und dass den Besuchern über 1.100 Parkplätze zur Verfügung stehen. Zwei Fotos illustrieren den Bericht. Sie zeigen das Haus sowie eine Innenansicht mit dem Geschäftsleiter und dem Vertriebschef im Vordergrund. Ein Leser der Zeitung beschwert sich beim Deutschen Presserat. Er hält die Veröffentlichung für Schleichwerbung, weil ihr jede journalistische Distanz fehle und ein öffentliches Interesse an der Warenhauseröffnung nicht gegeben sei. Die Chefredaktion des Blattes widerspricht: Die Berichterstattung über die Eröffnung eines Kaufhauses in dieser Größe entspreche dem Informationsauftrag der Presse. Der Artikel enthalte auch keine Lobhudeleien, sondern beschränke sich auf eine Beschreibung der hier angebotenen Leistungen. (1998)

Der Presserat bestätigt ein berechtigtes Interesse der Öffentlichkeit an der Berichterstattung über die Eröffnung des neuen Supermarktes. Er kann in dem Beitrag keine Passagen erkennen, die bei den Leserinnen und Lesern für das neue Warenhaus werben. Er ist vielmehr der Ansicht, dass hier auf sachliche Art und Weise berichtet wird, welche Leistungen der Supermarkt anbietet, somit hier kein Verstoß gegen Ziffer 7 des Pressekodex vorliegt. Die Beschwerde wird als unbegründet zurückgewiesen. (B 163/98)

(Siehe auch “Kopplungsgeschäft” B 27/99, “Life-Style-Service” B 54/99, “Werbung für Herrenkleidung” B 65/99, “Werbung für Medizinpräparate” B 73/99, “Werbung für Modehaus” B 89/99, “Werbung für Produkte und Reisen” B 34/99 und “Werbung für Software” B 55/99)

**Aktenzeichen:**B 163/98

**Veröffentlicht am:** 01.01.1998

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

**Entscheidung:** unbegründet