

Radio24syv

Sendt pr. mail til Jørgen Ramskov

Radio- og tv-nævnet

Marie Frank-Nielsen
Fuldmægtig, cand.jur.

rtv@slks.dk
www.slks.dk

Afgørelse vedrørende klage over skjult reklame for "Andersen Wine" i programmet "Flaskens Ånd" sendt på Radio24syv

Sammendrag

Radio- og tv-nævnet modtog den 5. oktober 2019 en klage over skjult reklame i programmet "Flaskens Ånd" sendt på Radio24syv.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at programmet "Flaskens Ånd" ikke indeholder skjult reklame for "Andersen Wine".

Sagens oplysninger

Baggrund

Klagen vedrører en klage over skjult reklame for "Andersen Wine" i programmet "Flaskens Ånd" sendt på Radio24syv. Klager oplyser, at der sker en fremhævelse af "Andersen Wine" i programmet, idet værten for programmet fortæller om firmaet og oplyser, at indehaveren af firmaet har inviteret på frokost og doneret en flaske vin til programmet.

Samlet set finder klager, at der er sket en overtrædelse af reglerne om skjult reklame efter § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester (reklamebekendtgørelsen) samt indgåelse af partnerskaber og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 248 af 16. marts 2019 om radio- og fjernsynsvirksomhed (radio- og fjernsynsloven).

Beskrivelse af udsendelsen

Radio24syv har som bilag til høringssvar af den 18. oktober 2019 indsendt et link til udsendelsen "Flaskens Ånd", der har en samlet varighed af 40 minutter og 25 sekunder.

"Flaskens Ånd" var et samtaleprogram, der blev sendt hver lørdag på Radio24syv. Værten for programmet var journalist og vinkender Poul Pilgaard Johnsen og i programmerne havde han forskellige gæster, som han førte samtaler med om forskellige emner over et glas vin. Undervejs i programmerne blev vinen ligeledes drøftet.

Høringssvar

Radio24Syv

Radio24syv har i høringssvar af den 18. oktober 2019 anført, at det påklagede program "Flaskens Ånd" er et samtaleprogram, og at det på deres hjemmeside beskrives på følgende måde:

"Når man drikker stor vin, kan man blive bragt gennem alle de grundlæggende eksistentielle følelser i tilværelsen. Fra det ypperste og det skønneste, til det mest dystre og dunkle. Man kan komme i nærheden af det usigelige.

Det er dét, programmet "Flaskens ånd" handler om. Det er dét, som programmet tørster efter, sammen med gæster, som har - eller får - et forhold til vin."

Endvidere oplyser Radio24syv, at formålet ikke er at diskutere vin eller anmelde vin som et selvstændigt element, men at tale sammen over et eller flere glas vin. Radio24syv oplyser endvidere, at der derfor også tales om vinen, herunder hvor den kommer fra. I en række programmer har vinimportøren eller vinproducenten endvidere været gæst i programmet

Radio24syv mener ikke, at der er tale om reklame. Ifølge Radio24syv er meningen, at vinen smages, vurderes og kommenteres undervejs, og det sker, at værten og/eller gæsten ikke bryder sig synderligt om vinen, der drikkes. Dette mener Radio24syv, tydeligt kommunikerer i programmet – på samme måde som der naturligvis også forekommer rosende omtale af vinene.

Radio24syv oplyser, at hverken radioen eller værten - Poul Pilgaard Johnsen - bliver betalt for at omtale en vin.

Endelig oplyser Radio24syv, at det endvidere tit sker, at det er gæsten som foreslår en bestemt vin, som så omtales og drikkes i programmet. At gæsten i programmet selv havde henvendt sig med ønske om deltagelse er netop et af formålene med "Flaskens Ånd", nemlig at det er muligt for lyttere selv at henvende sig med et ønske om at deltage.

De kan have en særlig historie, en interesse for vin eller andet, som værten finder interessant og derfor opfordrer værten ofte lyttere til at henvende sig, hvis de har lyst til at deltage. Der er gennem programmets historie talrige eksempler på denne type gæster – og i den forbindelse nævnes det naturligt, hvad gæsten beskæftiger sig med professionelt og hvad der interesserer vedkommende.

Sammenfattende anser Radio24syv ikke det omtalte program for at indeholde skjult reklame.

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har på sit møde den 30. april 2020 i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 248 af 16. marts 2019 om radio- og fjernsynsvirksomhed (radio- og fjernsynsloven) behandlet sagen og skal udtale:

I programmet "Flaskens Ånd" sendt på Radio24syv den 5. oktober 2019 omtales "Andersen Wine", og vinen som værten og gæsten drikker kommer således fra denne vingrossist. Spørgsmålet er herefter, om der er tale om sponsorering.

Sponsorering:

Det fremgår af radio- og fjernsynslovens § 79 og den enslydende bestemmelse herom i reklamebekendtgørelsens § 24, at der ved sponsorering af programmer forstås enhver form for ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansieringen af bl.a. programmer i radio og fjernsyn fra en fysisk eller juridisk person, der ikke selv udøver virksomhed ved udsendelse, udbud eller produktion af programmer i radio, fjernsyn eller on-demand audiovisuelle medietjenester, film, fonogrammer m.v., med henblik på at fremme den pågældendes navn, logo, image, aktiviteter eller produkter.

Efter det oplyste blev den i programmet omtalte flaske vin givet som en gave til programværten under dennes besøg hos en vinhandler. Radio- og tv-nævnet lægger på den baggrund til grund, at der ikke er tale om sponsorering, jf. definitionen i reklamebekendtgørelsens § 26. Omtalen af "Andersen Wine" skal derfor behandles i henhold til reglerne om skjult reklame.

Skjult reklame:

Det følger af § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, at reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra

ordinære programmer. Reklamer, der udsendes i strid med reglerne, udgør skjult reklame.

Skjult reklame defineres i artikel 1, litra j) i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet) som følgende:

"Præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed i programmer, når præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er ment som reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. En sådan præsentation anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse".

Definitionen indeholder tre kumulative betingelser, der alle skal være opfyldte, førend der er tale om skjult reklame.

Fremhævelsen skal:

- Være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side
- Være ment som en reklame
- Kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art

Da det i praksis kan være vanskeligt at afgøre, om en fremhævelse fra medietjenesteudbyderens side har været tilsigtet og ment som en reklame, har Kommissionen i sin fortolkningsmeddelelse¹ bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet *"uberettiget fremhævelse"*. En uberettiget fremhævelse kan bl.a. ligge i, at et varemærke, en tjenesteydelse mv. optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde i et program.

I den forbindelse skal der tages hensyn til programmets redaktionelle indhold. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til det redaktionelle indhold, eller fremhævelsen skyldes, at kommercielle hensyn har påvirket det redaktionelle indhold eller indebærer en risiko for, at seerne vildledes, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Spørgsmålet er derfor først og fremmest, om den pågældende udsendelse sendt på Radio24syv den 5. oktober 2019 indeholder en fremhævelse af "Andersen Wine".

I udsendelsen omtaler programværten "Andersen Wine" og oplyser eksempelvis, at ejeren hedder Per Andersen. Værten har spist en frokost

¹ 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser, Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU og direktiv 2018/1808/EU.

med Per Andersen, hvor han fortalte om sit nystartede vinfirma "Andersen Wine".

De taler i programmet generelt om "Andersen Wine" herunder hvordan forretningen startede, hvad deres filosofi er og hvordan forretningen drives. Ligeledes sker der omtale af "Andersen Wine" i forbindelse med, at vinen indtages. Vinen drikkes og vurderes af værten umiddelbart som værende "meget ung", men han omtaler også sidenhen, at vinen smager godt, og at han rigtig godt kan lide den.

Radio- og tv-nævnet vurderer på baggrund heraf, at indslaget indeholder en fremhævelse af "Andersen Wine".

Spørgsmålet er herefter, om denne fremhævelse går ud over, hvad der kan siges at være redaktionelt berettiget.

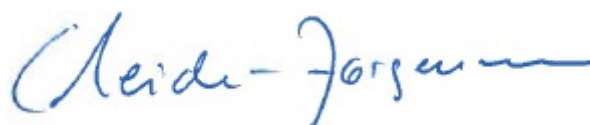
Det er Nævnets vurdering, at henset til den redaktionelle kontekst, hvori omtalen og eksponeringen indgår, at der er tale om en redaktionelt berettiget fremhævelse af "Andersen Wine". Programmet "Flaskens Ånd" sendt den 5. oktober 2019 fremstår som et samtaleprogram, hvor store og små emner drøftes. Langt størstedelen af programmet omhandler den inviterede gæst, og omtalen af "Andersen Wine" og dennes produkter udgør således blot en mindre del af udsendelsens indhold.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Programmet "Flaskens Ånd" sendt på Radio24syv den 5. oktober 2019 indeholder ikke skjult reklame for "Andersen Wine" i strid med § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber og § 72 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 248 af 16. marts 2019 om radio- og fjernsynsvirksomhed.

Med venlig hilsen



Caroline Heide-Jørgensen
Formand