KULTUR STYRELSEN

30. oktober 2014

Radio- og tv-nævnet

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
www.kulturstyrelsen.dk

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C

Att.: DR Jura, Politik og Strategi

Klage over skjult reklame for Fårup Sommerland m.fl. i programmet P4 Morgen på P4 Nordjylland

Sammendrag

Knud Jensen har ved mail af 20. august 2014 klaget over skjult reklame for Fårup Sommerland m.fl. i programmet P4 Morgen på P4 Nordjylland.

Radio- og tv-nævnet har nu taget stilling i sagen og truffet afgørelse om, at programmet P4 Morgen ikke indeholder skjult reklame for Fårup Sommerland eller andre nordjyske turistattraktioner. Programmet er dermed ikke udformet i strid med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Sagens oplysninger

Klagen vedrører omtalen af bl.a. Fårup Sommerland i et indslag i programmet P4 Morgen.

Programmet er sendt på P4 Nordjylland den 24. juli mellem kl. 06.00 og kl. 10.00.

Klager anfører, at programmet indeholder skjult reklame for Fårup Sommerland og en række andre turistattraktioner i strid med § 2, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen).

Beskrivelse af indslaget

DR har som bilag til høringssvar af 11. september 2014 vedlagt en kopi af indslaget, der har en samlet varighed af 1 minut og 11 sekunder.

Programværten indleder indslaget:

"Klokken er 7.39 og i dag, der handler det bl.a. om Nordjyllands uopdagede turistperler. Og det gør det fordi, der er en undersøgelse, der viser, at i fremtiden dér kan der altså komme mange flere turister til den jyske vestkyst.

Og vi kender jo alle sammen de populære turistattraktioner: Blokhus Strand, Rubjerg Knude, Fårup Sommerland og Skagens Gren og alt det der, men der er jo masser af turister der, men hvad så med de lidt mindre kendte ting?

Jeg kunne rigtig godt tænke mig at lave en liste over, hvad det er for nogle skønne steder vi har her i Nordjylland i dag, så har du et bud på det, ja så er du altså meget velkommen til at smutte ind forbi DR P4 Nordjyllands facebookside og skrive, hvad det er for et dejligt sted, som du kender i det nordjyske, og du kan altså også sende mig en SMS. Du skriver "nord", laver et mellemrum, skriver din tekst og sender den afsted til 1212. Og lige om et øjeblik der skal jeg snakke med en turistchef i Frederikshavn Kommune for at høre, hvad det er for nogle skønne, uopdagede turistperler, de har dér".

Programværten giver herefter en servicemeddelelse med nogle brud på et varmeværks ledningsnet, der medfører, at varmeværkets brugere opfordres til at kontrollere, at deres radiatorer mv. ikke er blevet beskadiget.

Høringssvar

DR:
DR har i høringssvar af 11. september 2014 oplyst, at programmet P4 Morgen er et morgenradioprogram til nordjyderne, der består af forskellige programmer og indslag, herunder nyheder, interaktion med lytterne, trafikservice og musik.

DR oplyser endvidere, at der samme dag som indslaget i Jyllands Posten er en omtale af en undersøgelse udført af Dansk Erhverv, som viser, at kommunerne langs vestkysten har potentiale til at hente flere turister til deres landsdel i de kommende år.

På den baggrund valgte P4 at lave indslaget om Nordjyllands uopdagede turistperler. Indslaget blev lavet som en slags undersøgelse blandt lytterne om, hvad de bedst kan lide ved Nordjylland. Lytterne kunne herefter indsende deres bud. I resten af programmet læses lytternes forskellige bud op af radioværten.

Endelig oplyser DR, at Fårup Sommerland og de andre turistattraktioner kun nævnes denne ene gang i programmet.

DR anfører, at seværdighederne nævnes som eksempler på kendte turistattraktioner i Nordjylland. De nævnes på kort og neutral vis og som relevante faktuelle eksempler. Der sker ikke en fremhævelse af seværdighederne, og der sker ikke nærmere omtale af de enkelte attraktioner, ligesom DR ikke omtaler seværdighederne i rosende vendinger.

På den baggrund er det DR's opfattelse, at omtalen af Fårup Sommerland og de øvrige turistattraktioner ikke går ud over, hvad der er berettiget i forhold til indslagets redaktionelle indhold, og at indslaget dermed ikke er i strid med reglerne om skjult reklame.

Radio- og tv-nævnets vurdering
Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014 (radio- og fjernsynsloven), på sit møde den 29. oktober 2014 behandlet sagen og skal udtale:

DR har alene vedlagt det påklagede indslag og ikke det samlede program i sit høringssvar. Radio- og tv-nævnet lægger derfor indledningsvist til grund, at der ikke forekommer øvrige henvisninger til hverken Fårup Sommerland eller de øvrige nordjyske turistattraktioner i programmet.

Det følger af § 72 i radio- og fjernsynsloven og § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, 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.

Det fremgår af Radio- og tv-nævnets praksis på området, som er baseret på reglerne herom i artikel 1, litra j), i direktiv 2010/13/EU, at præsentationer i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser mv. udgør skjult reklame, når denne fra medietjenesteudbyderens side er ment som en reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. Eftersom det kan være svært at afgøre, hvorvidt en given henvisning mv. er tilsigtet, er det i henhold til Kommissionens fortolkningsmeddelelse 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser", berettiget at anvende kri-

teriet ”uberettiget fremhævelse”. I den konkrete vurdering kan der således lægges vægt på, hvorvidt en fremhævelse af en vare eller tjenesteydelse mv. er berettiget under hensyntagen til udsendelsens redaktionelle indhold.

Direktivets definition af skjult reklame finder efter sin ordlyd udelukkende anvendelse på tv. Kommissionens fortolkningsmeddelelse, herunder indførelsen af begrebet ”uberettiget fremhævelse”, finder ligeledes efter sin ordlyd udelukkende anvendelse på tv. Det er imidlertid Radio- og tv-nævnets faste praksis, at de samme betragtninger er relevante for vurderingen af eventuel skjult reklame i radio.

Spørgsmålet er herefter, om der er sket en fremhævelse af Fårup Sommerland og de øvrige turistattraktioner, som går ud over, hvad der er berettiget i forhold til indslagets redaktionelle indhold.

Indslaget handler om uopdagede turistperler i Nordjylland. Programværten ønsker lytternes bud på steder, seværdigheder mv., som ikke er alment kendte, og nævner i den forbindelse en række eksempler på de kendte turistattraktioner i Nordjylland. Radio- og tv-nævnet finder, at opremsningen af disse steder og seværdigheder afgives på neutral vis. Endvidere finder nævnet, at værtens angivelse af Fårup Sommerland m.fl. er relevant for lytterne i forhold til deres forståelse af spørgsmålet, herunder hvad der menes med *uopdagede* turistattraktioner.

Radio- og tv-nævnet finder på denne baggrund ikke, at indslaget indeholder en fremhævelse af Fårup Sommerland eller de andre turistattraktioner.

Indslaget indeholder således ikke skjult reklame for Fårup Sommerland m.fl. i strid med reglerne herom.

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

AFGØRELSE:

Indslaget om uopdagede turistperler i programmet P4 Morgen sendt på P4 Nordjylland den 24. juli 2014 indeholder ikke skjult reklame for Fårup Sommerland eller andre turistattraktioner og er dermed udformet i overensstemmelse med § 2, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Mads Bryde Andersen
Formand

Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
Knud Jensen