

DR
DR Byen
Emil Holms Kanal 20
0999 København C
Att.: Hanne Bolbjerg

København den 4. juni 2008

Klage over skjult reklame i radioprogrammet "Vinmagasinet" sendt på P1

Olav Willadsen har ved brev af 5. februar 2008 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet over programmet "Vinmagasinet" sendt på P1. Heraf fremgår det bl.a., at:

" ...

Igennem en række år har DR på program 1 en gang ugentligt bragt vin-reklamer lige før 12-radioavisen.

Det har både indbefattet konkrete vinanbefalinger, oplysninger om i hvilken forretning man kan købe den og til hvilken pris.

...

(...) en vinanbefaling mellem jul og nytår – og anbefaling af alkoholiske drikke på et tidspunkt, hvor mange fyrer fyrværkeri af, er absolut ikke nogen god idé.

...

Jeg ville foreslå (...) DR på en lige så fremtrædende plads i programfladen, som man hidtil har sendt "Vin i vita" – og lige så mange gange – at bringe positive indslag om Danmarks Afholdsforening.

... "

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

Beskrivelse

DR har som bilag til hørings svar af 17. marts 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en CD-R med i alt 3 udgaver af programmet "Vinmagasinet".

Hvert program varer ca. 5 minutter.

I alle 3 programmer føres først en oplysende, causerende samtale mellem studieværten; journalist Finn Bønnelykke, og den professionelle vinkyper; Torben Sørensen, om forskellige emner relateret til vin.

Eksempler på emner er:

- Videnskabelige undersøgelser af prisens betydning for smagsoplevelsen
- Forskning i vins betydning for menneskers levealder, hvorunder der anbefales et moderat forbrug af rødvin kombineret med sund levevis, hvorimod vodka og rom frarådes med ordene

"Dét skal man nok lade være med"

- "Garageimport" af vin incl. vejledning om selskabsretlige forhold
- Vinproduktion i Californien med oplysning om amerikanske samfundsforhold

Samtalerne varer ca. 4½ minut.

Derefter følger "Ugens Anbefaling" med oplysning om kvalitet, pris og forhandlingssteder for et par aktuelle vine.

Anbefalingen varer ca. 30 sekunder.

For så vidt angår de programmer, der klages over, anbefales der vine fra hhv. Føtex, Netto, Skjold Burne, SuperBest og Irma til priser fra 39 kr. til 119 kr. pr. flaske.

Programmet afsluttes med ordet

"Skål!"

til lyden af klirrende glas.

HØRING

DR

DR v/ generaldirektør Kenneth Plummer har i udtalelse af 17. marts 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til Olav Willadsens klage:

" ...

DR kan oplyse, at det er DR P4 Fyn, der står for produktionen af Vinmagasinet (...)

...

Magasinet behandler hver uge et aspekt af vinproduktion, som journalisten (Finn Bønnelykke) taler med vinkyperen (Torben Sørensen) om. Det kan være vinproduktionens vilkår i Sydfrankrig eller Chile, det kan være brugen af korkpropper frem for plasticpropper, smagen af en bestemt drue eller vin, rosevinens historie etc.

Efter denne relativt grundige behandling af dagens emne i interviewform går programmet over til Ugens Anbefaling, som er en anbefaling af et godt vinkøb netop denne uge. Anbefalingen tager vinens kvalitet og pris i betragtning. Anbefalingen er fuldstændig uafhængig af producenter og forhandlere og gives alene med baggrund i vinkyperens unikke ekspertise.

Den vin, der smages og bedømmes i programmet Vinmagasinet er købt og betalt af DR. Programmet er ikke sponsoreret.

...

I et program som Vinmagasinet er det naturligt at der sker en omtale og dermed en fremhævelse af vin - og i forbindelse med "Ugens Anbefaling" af en bestemt vin. I sådanne forbrugerprogrammer er netop denne type indslag en helt naturlig og nødvendig del af programindholdet og det er en klassisk journalistisk disciplin, som udøves af både dagspressen og de elektroniske medier vedrørende film, teater, bøger, vin, øl, restauranter, rejser etc.

Det er DRs opfattelse, at oplysningerne fra vinkyperen er relevante for lytterne i relation til vurderingen af vinen og derfor har karakter af egentlig forbrugeroplysning og ikke reklame.

Vinkyperen oplysninger og anbefaling er alene redaktionelt begrundet og er dermed ikke skjult reklame i strid med § 3, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

...

Klager har fremført, at DR som compensation påtager sig at agitere for Danmarks Afholdsforening.

Dette ønske kan DR ikke efterkomme. Det er alene DR der foretager den redaktionelle tilrettelæggelse og vurdering af programindholdet, og DR påtager sig aldrig at agitere for foreninger, virksomheder, særlige synspunkter eller lignende.

DR gør derimod altid sit yderste for at afdække alle sider af en sag, også når det gælder behandlingen af alkoholstof. Det kan således i denne forbindelse nævnes, at DR Fyn har lavet adskillige afdækkende og nuancerede indslag om unge og alkohol, om alkoholikeres familier og om konsekvenserne af afhængighed.

Sammenfattende må DR således afvise begge klagerens påstande.

..."

DR FYN

DR FYN v/ redaktionsleder Jesper Borup har i udtalelse af 28. maj 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til Olav Willadsens klage:

"...

Programmet sendes ikke længere på P1, men fortsat en gang ugentligt i DRs regionale flader på P4. Programmet produceres af DR Fyn. Programmets koncept er dog på det seneste blevet ændret, f.eks. ved at anbefalingen i slutningen af programmet ændrer karakter og er blevet til en anmeldelse.

Værterne i programmet fortæller at vi i denne uge har testet nogle spanske rødvine (eller f.eks hvidvine fra 3 lande, eller rødvine, lagret på fad, såkaldte reservaer....o.s.v.o.s.v. altså, sammenlignelige vine, der er aktuelle på markedet).

På baggrund af den aktuelle test tildeles vinene karakterer fra et til tre glas stjerner. På den baggrund anbefales f.eks. X vin fra Bilka og Y vin fra Superbrugsen. Vi giver max 3 glas til en vin (her lyd af tre glas, der tre gange hurtigt stødes mod hinanden).

I praksis uddeler vi kun tre eller to stjerner. Dem til een anbefales ikke. Generelt fremgår det at VI har testet, og at der selvsagt er flere vine, der er testet, end der nævnes.

..."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 27. maj 2008 behandlet sagen, og skal udtale:

Olav Willadsen har klaget til Radio- og tv-nævnet med anbringende om skjult reklame for vin i programmet "Vinmagasinet" sendt på P1.

Klager har tidligere henvendt sig til såvel DR som Pressenævnet, der imidlertid afviste sagen med henvisning til klagers manglende retlige interesse.

Klager anfører, at der som led i programmet reklameres for alkoholiske drikke uden tanke for disses latente skadevirkninger, og foreslår, at DR som kompensation påtager sig at agitere for Danmarks Afholdsforening.

Ifølge § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, skal reklamer klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer.

Det samme gælder i henhold til § 72 jf. § 44, stk. 1, nr. 1, i lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 om radio- og fjernsynsvirksomhed.

Skjult reklame defineres i artikel 1c i direktiv 89/552 EØF som følgende:

"mundtlig eller visuel fremhævelse af varer eller tjenesteydelser eller af en vareproducents eller en tjenesteydelsesleverandørs navn, varemærke eller aktiviteter i programmer, når fremhævelsen er tilsigtet fra tv-radiospredningsorganets side i reklameøjemed og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse. En fremhævelse anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod vederlag eller lignende betaling."

For at udgøre skjult reklame skal fremhævelsen altså opfylde tre kumulative betingelser: Fremhævelsen skal være tilsigtet fra tv-radiospredningsorganets side; den skal være i reklameøjemed, og den vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til arten af denne fremhævelse

Da skjult reklame er tilsigtet, kan det i praksis være ret vanskeligt at skelne mellem skjult reklame og lovlige henvisninger til varer m.v.

Kommissionen har derfor i sin fortolkningsmeddelelse om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "fjernsyn uden grænser" i forbindelse med tv-reklamer (2004/C 102/02) bestemt, at det er berettiget at anvende kriteriet "uberettiget fremhævelse" af en vare eller tjenesteydelse eller en virksomheds varemærke eller navn: Det urimelige kan bl.a. ligge i, at mærket eller den pågældende vare eller tjenesteydelse optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i de udsendelser, disse elementer indsættes i. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold eller på grund af en påvirkning, som det redaktionelle indhold er blevet udsat for i kommercielt øjemed, tyder det på, at der foreligger skjult reklame.

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 kun 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 programmet "Vinmagasinet" indeholder skjult reklame.

Radio- og tv-nævnet skal indledningsvis bemærke, at produktet vin lovligt kan markedsføres og sælges i Danmark; uanset at vin – som anført af klager – måtte indeholde alkohol.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse har programmet "Vinmagasinet" karakter af forbrugeroplysning i overensstemmelse med DR's Public Service-forpligtelse, idet programmet behandler en række temaer relateret til vin; afsluttende med en kort anbefaling af konkret tilgængelige vine.

For så vidt angår "Ugens Anbefaling" er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der sker en fremhævelse af de omtalte vine, idet lytteren informeres detaljeret om såvel navn som druesort, producent, kvalitet, pris og forhandlingssted, samt tillige (for så vidt angår vine på tilbud) tilbudsperioden.

Radio- og tv-nævnet lægger til grund, at anbefalingen – som anført af DR – er *"fuldstændig uafhængig af producenter og forhandlere og alene gives med baggrund i vinkyperens unikke ekspertise"*, ligesom *"den vin, der smages og bedømmes i programmet Vinmagasinet er købt og betalt af DR"*, og at *"programmet ikke er sponsoreret"*.

Anbefalingen er imidlertid ikke baseret på hverken indbyrdes sammenligning eller anden form for kvalificering, hvorfor anbefalingen efter Nævnets opfattelse ikke har karakter af en egentlig anmeldelse.

Radio- og tv-nævnet bemærker endvidere, at de anbefalede vine ikke i alle tilfælde er direkte relateret til de forud behandlede temaer, hvis overordnede sigte er at sætte lytteren i stand til at foretage en kvalificeret vurdering af produktet vin.

For så vidt angår den udgave af programmet, hvori temaet er forholdet imellem vin og sundhed, finder Radio- og tv-nævnet det således tvivlsomt, hvorvidt der er den fornødne redaktionelle sammenhæng imellem programindholdet og den konkrete vinanbefaling.

Radio- og tv-nævnet har noteret sig, at DR – som anført i svar af 16. december 2007 fra Anders Kinch-Jensen; chefredaktør for P1, på klage af 23. november 2007 fra Olav Willadsen, af redaktionelle årsager *"har besluttet at stoppe"* med "Vinmagasinet" på P1, idet sådanne indslag med *"meget konkret forbrugerinformation (...)"* ikke stemmer særligt godt overens med

(...) den normalt kritiske og perspektiverende indgang, som kanalen har til behandlingen af emnerne".

Radio- og tv-nævnet har endvidere noteret sig, at programmet – der i sin nuværende form kun sendes på DR´s regionale flader på P4 – har ændret koncept, idet *"anbefalingen i slutningen af programmet ændrer karakter og er blevet til en anmeldelse"*.

For så vidt angår klagers forslag om, at DR som kompensation påtager sig at agitere for Danmarks Afholdsforening, skal Radio- og tv-nævnet blot bemærke, at DR suverænt tilrettelægger programindholdet i overensstemmelse med programforetagendets Public Service-forpligtelse under tilsyn af Radio- og tv-nævnet.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Den udgave af programmet "Vinmagasinet" sendt på P1, hvori temaet er forholdet imellem vin og sundhed, indeholder skjult reklame i strid med § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Christian Scherfig
formand

/ Birgitte Durhuus Nielsen
nævnsssekretær