

GENERALDIREKTØREN

Maria Rørbye Rønn

DR Byen

Emil Holms Kanal 20

DK - 0999 København C

T +45 3520 3040

www.dr.dk

25. august 2020

Kære

Du har den 27. juli 2020 klaget over et indslag på P4. Efter at redaktionen afviste din kritik, har du klaget videre til lytternes og seernes redaktør. Han har nu gennemgået sagen og skrevet en indstilling til min afgørelse.

Jeg fremsender hermed indstillingen, hvis konklusion jeg har valgt at følge.

Med venlig hilsen



Maria Rørbye Rønn

Generaldirektør

Kopi: Journalen

Etikchef, Anja Lundberg Andersen
Konst. Underdirektør, GD Stab, Lasse Ring Christensen
Seniorkonsulent, LSR, Mikkel Vincentz Pedersen
Redaktør, DR Medier, Lars Daneskov
Redaktionschef, DR Nordjylland, Gitte Sørensen
Ledende distriktschef, DR NAD, Peder Meisner
Radiochef, DR Medier, Anette Kokholm

Gennemgang af sagen

Den 26. juli 2020 henvender en lytter, (herefter benævnt Klager) sig til DR med en klage over P4.

Klageren skriver til DR:

"Jeg sende dig et indslag fra Jesper Bæhrenz hvor I, at han nævner et Firma ved navn men han mener ik' at det er reklame. Han siger bare fordi at han nævner et Firma ved navn så er det ik' reklame. Men det mener jeg, og jeg vil gerne have, at Du giver ham en røffel for at reklamer for dette Firma"

Redaktør for P4 i DR Medier Lars Daneskov svarer Klager den 27. juli 2020:

"Kære

Tak for mail, som jeg desværre ikke kan besvare, da filen, du vedhæfter, ser således ud: (ulæselig foto-fil)

Dermed ved jeg af gode grunde ikke, hvad du skriver til mig eller hvorfor, du ønsker, jeg skal give Jesper Bæhrenz "en røffel". Ønsker du at klage over programindhold, må jeg bede dig bruge denne formular: https://dr.custhelp.com/app/ask_step_1/p/106

Venlig hilsen

Lars Daneskov"

Klager svarer DR samme dag, og præciserer klagen, der omhandler et indslag i P4 Morgen Nordjylland:

"Nej, Lars

Det har du ret I--så den glemmer vi

Men her til morgen kl. ca. 0915 27/07- 2020

Hørte jeg en reportage om tatovering og vi lyttere fik at vide at reporterén stod i en forretning på Vesterbro i Aalborg hos en tatovør og hans navn og adresse blev nævnt

Det er en overtrædelse af dr reklamer regler

Og det vil jeg hermed klage over--vi betaler Licens netop for at undgå reklamer i radioen --havde reporterén sagt ja, vi er hos en tatovør her i Aalborg og ik' andet, ja, så vil det være ok--på den måde ville vi lyttere få at vide, at der er en tatovør i Aalborg- hvis vi sku få brug for sådan en---

Ellers må du komme med et eksempel på hvad der er reklame og ik' reklame"

Redaktør i DR Medier Lars Daneskov svarer Klager:

"Kære

Tak for mail. Som nævnt er der en direkte vej, hvis du vil klage helt officielt til DR. Nu svarer jeg så ad denne vej.

Eksemplet, du nævner, er ikke reklame. Det er almindelig journalistisk pli at fortælle, hvor man sender fra (i dette tilfælde fra en bestemt tatovør). Lytterne har krav på at vide, hvem der taler, også når den, der taler, har en butik, repræsenterer et firma, repræsenterer en bestemt interesseorganisation, spiller på et bestemt håndboldhold eller i et bestemt band.

Vi ville jo fx heller aldrig bare sige, at vi sendte en fodboldkamp fra "et stadion", men fortælle, at vi sendte fra Parken eller Blue Water Arena, ligesom vi aldrig ville interviewe fx Stine Bramsen uden at fortælle, at hun er sangerinde i Alphabeat eller lave reportage fra Givskud ZOO og blot sige, at vi var i "en dyrepark".

Håber, dette besvarer dit spørgsmål."

Klager er ikke tilfreds med DR's svar og efter en kortere mailudveksling med DR's ansvarlige redaktør, vælger Klager at anke sagen til lytternes og seernes redaktør, der svarer Klager d. 27. juli:

"Kære

Jeg har modtaget din anke over indslaget, og da du allerede har fået svar fra Lars Daneskov, vil jeg behandle sagen og gennemgå den på ny. Når sagen er afgjort fra min side, sender jeg den til DR's generaldirektør. Hun tager endelig stilling. Er hun ikke enig i min bedømmelse, afgør hun sagen selv. Under alle omstændigheder modtager du svaret fra generaldirektøren.

Når sagen er afsluttet, bliver den offentliggjort på dr.dk, så alle kan læse den. Den vil være ledsaget af en artikel, der i kort form omtaler afgørelsen. I sagsfremstillingen vil man kunne læse mails og andre oplysninger i sagen, dog vil klageren være anonymiseret."

Indstilling fra lytternes og seernes redaktør

Jeg kan konstatere, at DR svarer Klager dagen efter, og at DR's svar forholder sig til Klagers kritik. I henhold til DR's etiske retningslinjer kapitel 24 skal DR svare hurtigt og venligt på alle henvendelser. Det er sket her. Ifølge DR's etiske retningslinjer er det desuden den ansvarlige chef eller dennes stedfortræder, der skal besvare klagen. DR's besvarelse og håndtering af klagen er sket i overensstemmelse med DR's etiske retningslinjer.

Klager rejser én påstand i sin ankehenvendelse til LSR.

1. Klager mener, at DR's regler for reklame er overtrådt. Klager skriver i sin klager: "vi lyttere fik at vide at reporteren stod i en forretning på Vesterbro i Aalborg hos en tatovør og hans navn og adresse blev nævnt".

Klager skriver tillige at: "Det er en overtrædelse af dr reklamer regler"

DR's etiske retningslinjer

Det er LSR's opgave at vurdere, hvorvidt DR's etiske retningslinjer er overholdt. DR's etik er baseret på DR's værdier herunder troværdighed, uafhængighed og alsidighed.

Ifølge DR's etiske retningslinjer skal DR's medarbejdere derfor altid først og fremmest lade sig styre af disse værdier. Det fremgår også her, at DR lægger afgørende vægt på grundig research, hæderlighed og ordentlighed i programarbejdet. DR taler ikke mod bedre vidende og har ikke skjulte dagsordner. Yderligere lægges der vægt på, at DR aldrig tager hensyn til eller lader sig styre af økonomiske eller politiske særinteresser.

Der må ikke kunne rejses berettiget tvivl om DR, produktionernes eller medarbejdernes integritet. Desuden skal DR være fair over for alle parter, holdninger og synspunkter gennem en upartisk og kritisk journalistik. Ifølge DR's etiske retningslinjer favoriserer DR ikke bestemte samarbejdspartnere eller interesser.

Ifølge DR's etiske retningslinjer kapitel 2.1 om skjult reklame fremgår følgende:

"Et af DR's særkender er, at DR's sendeflader og programmer ikke indeholder reklame. Det er derfor vigtigt at undgå skjult reklame i DR's programmer. Derfor skal der altid være en redaktionel begrundelse for at vise et bestemt produkt.

Eksempler på skjult reklame:

- *rosende omtale af en vare eller tjenesteydelse i et program kan være skjult reklame*
- *også omtaler, der ikke er rosende, kan være skjult reklame, fx en detaljeret omtale af et produkt ledsaget af telefonnumre, navne eller logoer*
- *også billeddækning kan i forbindelse med omtale have en kommerciel værdi og være skjult reklame"*

Indslaget på P4 vil i efterfølgende afsnit derfor blive vurderet ud fra en samlet betragtning, der bygger på DR's etiske retningslinjer for skjult reklame.

Indslaget på P4

Indslaget, som Klager ikke mener overholder DR's etiske retningslinjer for skjult reklame, blev sendt på P4 Morgen Nordjylland d. 27. juli 2020 ca. kl. 9.15. Indslaget behandler en af dagens nyhedshistorier om en ny tendens, hvor flere børn og unge under 18 og deres forældre efterspørger muligheden for at få en tatovering og lovgivningen på området.

DR's værter stiller om fra studiet til en DR-reporter, der besøger og interviewer en lokal tatovør i Aalborg. Interviewet falder i to dele, afbrudt af musik.

Kilden bliver introduceret to gange med navn og som indehaver af forretningen. Desuden bliver kilden deklareret som bestyrelsesmedlem i Dansk Tatovør Laug.

Spørgsmålene DR's reporter stiller kilden i indslaget går på hvilke tatoveringer unge vælger, og hvorfor de vælger netop denne type tatovering. I anden del af interviewet spørger DR's reporter til kildens oplevelser med de forældre, der henvender sig, med ønsker om at deres børn under 18 kan få en tatovering. Der spørges også til børnenes/de unges valg af tatovering. Der var således en tydelig redaktionel begrundelse for at DR interviewede den pågældende tatovør.

Ad 1.

Klageren mener, at der er tale om skjult reklame, da navnet på den konkrete forretning nævnes.

Ifølge DR's etiske regler om skjult reklame fremgår det, at rosende omtale af en vare eller tjenesteydelse i et program kan være skjult reklame og at omtaler, der ikke er rosende, kan være skjult reklame, fx *en detaljeret omtale af et produkt ledsaget af telefonnumre, navne eller logoer.*

Navnet på forretningen nævnes to gange ved præsentationen af kilden i starten af de to dele af indslaget og fremhæves ikke på en særlig måde, der ikke er berettiget i forhold til det redaktionelle indhold. Dette ligger helt i tråd med gængs journalistisk praksis. Som DR's redaktør i DR Medier også skriver: *"Er det almindelig journalistisk pli at fortælle, hvor man sender fra (i dette tilfælde fra en bestemt tatovør). Lytterne har krav på at vide, hvem der taler, også når den, der taler, har en butik, repræsenterer et firma, repræsenterer en bestemt interesseorganisation".* Det er derfor som udgangspunkt ikke en overtrædelse af DR's etiske retningslinjer at nævne firma og produktnavne.

Indslaget har i sin form ikke karakter af reklame og vildleder derfor ikke lytterne. Der er ikke i indslaget nogen lovprisning eller rosende omtale af den specifikke forretning eller produkter. Ej heller omtales det at få en tatovering i rosende vendinger eller på anden vis sættes i et lys, der tilskynder til køb. Sekvensen er derfor ikke produceret på en måde, der i særlig grad fremhæver et specifikt produkt.

Det skal desuden her nævnes, at der ikke er kommercielle hensyn, der har påvirket det redaktionelle indhold.

Der er dermed ikke tale om uberettiget fremhævelse af hverken et varemærke eller en tjenesteydelse, der optræder gentagne gange eller som fremhæves på en særlig måde i indslaget. I denne afgørelse lægges der vægt på programmets redaktionelle indhold. Da der ikke fremhæves eller omtales en vare/produkt uden berettigelse i forhold til det redaktionelle indhold og da omtalen ej heller skyldes, at kommercielle hensyn har påvirket det redaktionelle indhold eller indebærer en risiko for, at lytternes vildledes, er der ikke tale om skjult reklame og DR's etiske retningslinjer er derfor overholdt. Navnet bliver ikke omtalt rosende i programmet, og der er ikke tale om en detaljeret omtale af et produkt ledsaget af telefonnumre, navne eller logoer.

Fremhævelsen af produktet er ikke til stede, og kan derfor heller ikke påstås at være ment som reklame, der kan vildlede offentligheden med hensyn til sin art.

DR's etiske retningslinjer kapitel 21 om skjult reklame, er derfor ikke overtrådt.

Konklusion og sammenfatning

En lytter klagede over et indslag den 27. juli 2020 på P4 Morgen Nordjylland. Han mente at et indslag om en tatovørforretning var skjult reklame, da navn på ejer og forretning blev omtalt.

Indslaget på P4 indeholder ikke skjult reklame for omtalte tatovør i strid med DR's etiske retningslinjer. Navnet på kilden og hans butik nævnes som introduktion – og præsentationen og omtalen er fuldt redaktionelt begrundet. Der er ikke i indslaget nogen lovprisning eller rosende omtale af den specifikke forretning eller produkter. Det at få en tatovering omtales heller ikke i rosende vendinger eller sættes på anden vis i et lys, der tilskylder til køb. Indslaget er ikke produceret på en måde, der i særlig grad fremhæver et specifikt produkt eller antager reklameform. Desuden er der ikke kommercielle hensyn, der har påvirket den redaktionelle proces. Der er heller ikke tale om *detaljeret omtale* af et produkt ledsaget af telefonnumre, navne eller logoer.

Der er på baggrund af ovenstående forhold derfor ikke tale om skjult reklame, men almindelig journalistisk praksis med præsentation og deklareret af kilder og omtale af en forretning, der er redaktionelt begrundet. DR's etiske retningslinjer er derfor ikke overtrådt.

Klager får ikke medhold.

Jesper Termansen, den 24. august 2020