



PRESSENS
FAGLIGE UTVALG

PFU-SAK NR. 233/15

KLAGER: Jan Kjetil Andersen
ADRESSE: Tuterudveien 30, 2007 Kjeller
PUBLIKASJON: Birken (magasin)
PUBLISERINGSDATO: Februar 2015
STOFFOMRÅDE: Forbrukerstoff (sport)
SJANGER: Nyhetsartikkel
SØKERSTIKKORD: Integritet og troverdighet, skjult reklame, tekstreklame
REGISTRERT: 19.06.2015
BEHANDLET I PFU: 21.09.2015
BEHANDLINGSTID: 62 dager
KLAGEGRUPPE: Privatperson
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER: Artikkelen må vurderes etter Tekstreklameplakaten og de gamle reglene i VVP kap 2, da artikkelen ble publisert i februar 2015. De nye tekstreklamereglene trådte i kraft 12. juni 2015.

SAMMENDRAG:

Magasinet **Birken** publiserte i sin **februarutgave 2015** en tre siders artikkel om nye løpesko, under vignetten «**UTSTYR**». Stikktittelen var:

«VISSTE DU AT: 50% AV ALLE BIRKEBEINERE SKAL KJØPE NYE LØPESKO I LØPET AV 2015?»

Tittel: «**KJØPE NYE LØPESKO?**»

Ingress:

«I den store jungelen av løpesko, er det fort gjort å gå seg vill. Hva skal man egentlig velge? Hvor mange sko trenger du – og trenger du egentlig mer enn ett par løpesko? Hva må du tenke på når du skal kjøpe nye sko?»

Byline: «**Tekst Elise Hole og Per-Einar Gjelsvik Foto Asics**»

Brødteksten startet slik:

«En som kan mye om dette er Per Einar Gjelsvik fra Asics. Her kommer hans tips til deg som skal kjøpe nye løpesko.

Deretter fulgte en lengre tekst med tips og råd, samt ulike sko-anbefalinger, fra Gjelsvik:

«MIX UP YOUR RUN - VARIER TRENINGEN

Prinsippet om variasjon også bør stå sentralt for folk som løper. I Asics snakkes det om «Mix Up Your Run». Asics anbefaler folk som trener å gjøre som toppidrettsfolk, nemlig å variere. [..]»

[..]

«Når du kjøper en sko du skal løpe med på asfalt vil jeg anbefale en sko med god støtdemping og stabilitet, for eksempel toppmodellene Gel-Kayano eller Gel - Nimbus»

[..]

«ASICS har mange sko i terrengkategorien som er velegnet i løp som for eksempel Birken. En sko veldig mange er fornøyd med er Gel - Fuji Attack.»

Fire typer sko var avbildet i artikkelen:

Gel-Ds-Racer

Pris ca 1400,-

“En lett og smidig sko som passer godt til intervall”.

Gel-Nimbus

Pris ca 1800,-

“En nøytral sko som passer for deg som underpronorer».

Gel-Kayano

Pris ca 1900,-

“En stabil sko som passer for deg som overpronorer”

Gel Fuji Attack

Pris ca 1200,-

“En sko med et grovere mønster i sålen som egner seg godt for løping i terreng.”

Selve hovedbildet i artikkelen var et bilde av en løper med utstyr fra Asics. Artikkelen ble også omtalt på magasinetts forside med tittelen **«Kjøpe nye løpesko?»**

KLAGEN:

Klager er en vanlig leser. Han skriver: «Artikkelen utgir seg for å være en test av fire løpesko. Disse fire er navngitt som henholdsvis Gel-Ds-Racer, Gel-nimbus, Gel-Kayano og Gel Fuji Attack. I virkeligheten er alle skoene av merket Asics og fullt merkenavn er Asics Gel-Ds-Racer, Asics Gel-nimbus, Asics Gel-Kayano og Asics Gel Fuji Attack. Merkenavnet "Asics" er ikke nevnt i artikkelen og leseren får feilaktig inntrykk av at dette er en test av sko fra flere produsenter. Dersom man ut fra denne "testen" etterspør en av dem i en sportsbutikk vil man få en Asics sko.» Klager mener artikkelen driver skjult reklame, og at artikkelen er sponset.

TILSVARSRUNDEN:

Birken er et medlemsblad som sendes til alle påmeldte deltagere i et Birkenarrangement.

Birken anfører at artikkelen var redaksjonelt begrunnet, fordi: «55 % av våre deltagere/lesere har oppgitt at de løper regelmessig i terrenget og 33% at de løper regelmessig på asfalt. I tillegg oppgir 50 % av deltagerne/leserne våre at de skal kjøpe nye løpesko i løpet av 2015. 35 % av våre deltagere/lesere har også oppgitt at de bruker Asics løpesko (se vedlegg nr 1).»

Birken avviser at artikkelen er skjult reklame da artikkelen verken er betalt eller sponset: «Vi er svært opptatt av at betalte annonser skal komme tydelig frem, og merker dette nøye der det kan være usikkerhet for en leser om det er en redaksjonell sak eller en annonse. Saken er ikke en test, men en artikkel som handler om hva man som forbruker/kjøper må ta stilling til ved kjøp av nye løpesko. Dette kommer tydelig frem i både innledning og brødtekst (se vedlegg nr 2).»

Om valget av Asics: «Artikkelen inneholder tips og råd fra fagekspertise om hvilke typer sko som passer til forskjellig løpesteget, underlag, forskjellig type løpeøker (langtur vs intervall) og fysiske forutsetninger. Ut i fra disse parameterne valgte vi å fremstille ulikhetene ved de forskjellige skotyper man har fra en og samme kilde (her Asics). Asics er et klart ledende (ref. vedlegg nr 1) merke blant våre deltagere/lesere.»

Videre «Til artikkelen hentet vi ekspertråd fra Per Einar Gjelsvik som jobber i Asics. Han er en ivrig løper og birkebeiner, og har svært god kunnskap på område. Vi har ikke prøvd å skjule noe da det står innledningsvis i artikkelen både hans navn og hvor han jobber. I og med at Asics er et ledende merke på løpesko blant våre deltagere/lesere, er det også naturlig å gå ut i fra at de fleste kjenner igjen en Asics sko, selv om dette ikke er tydelig markert. Det var ingen bevisst handling fra Birkens side å utelukke navnet Asics ved produktbildene. Det var heller ikke vår intensjon å skjule at disse skoene var fra merket Asics. Vi var trygge på at dette kom godt nok frem. Artikkelen «Kjøpe nye løpesko?» er verken sponset eller betalt for. Det er en redaksjonell artikkel laget på bakgrunn av kunnskap om våre deltagere/lesere, der 50 % av disse oppgir at de skal kjøpe nye løpesko i 2015, og der rådene kommer fra en ekspert i Asics – et ledende merke blant våre deltagere/lesere.»

Det avvises at artikkelen er en testartikkel: «Vi har en stor test av løpesko hvert år, og denne har fast plass i utgave 3 av Birken. I tillegg har vi en test av terrengsko i en senere utgave. Vedlagt ligger årets test fra utgave 3, og her kan dere tydelig se at artikkelen som er klagd inn skiller seg fra vår mal for presentasjon av en test (se vedlegg nr 3). Vi har produkttester med i hver utgave av Birken, der alle følger samme mal. Dette er bevisst for at leseren lett skal kjenne igjen en test.»

Klager opplyser at Birken også selges i Narvesen, og utgis som abonnementsblad, og er slik sett landets største magasin innen ski, sykkel og løping. Klager skriver: «Dette er vesentlig ettersom man må forvente høyere standard av ledende allment publiserte tidsskrifter enn av rene medlemsblad.»

Klager ser nå at merkenavnet «Asics» er nevnt gjentatte ganger på side 1 i artikkelen, men mener fortsatt at det ikke er tydelig nok, spesielt ikke på side 2. Han skriver at han gikk direkte fra forsiden tittel og til den siden der man sammenlignet skoene, og at han derfor følte seg lurte: «Slik jeg brukte artikkelen fikk iallfall jeg inntrykk av at dette var nøytral

produktveiledning og jeg ble svært overrasket når jeg senere oppdaget at alle skoene var av merket Asics.»

Birken anfører at merket Asics også omtales på side 2 i artikkelen. «Vi vil igjen presisere at denne artikkelen IKKE er en sammenligning av fire ulike sko, men en redaksjonell sak som handler om hva man som forbruker må ta stilling til ved kjøp av nye sko. Dette kommer tydelig frem i både innledning og brødtekst.»

Videre «I og med at det kommer frem i denne klagen at klager ikke forstod at de fire eksemplene på løpesko var fra samme merke Asics, ser vi at vi sikkert kunne skrevet Asics foran modellnavnet ved alle bildene. Vi prøvde på ingen måte å skjule at disse skoene var av merket Asics, vi var trygge på at det var lett å forstå – i og med at ekspertrådene kom fra en som jobber i Asics, samt at Asics var nevnt flere steder i artikkelen.»