

Jeg skriver ikke reklame For det ikke er reklame

Forestil dig, at du er boganmelder på en avis eller en radiokanal. Bøgerne hober sig op på dit skrivebord, og en dag, hvor chefen kommer forbi, smiler hun stort med bemærkningen "sikke mange gaver du har liggende."

Som alle andre, der arbejder med et stofområde – mode, mad, vin, bøger, film, teater – modtager jeg arbejdsredskaber, som i mit tilfælde er hudplejeprodukter, makeup og dufte.

På mit kontor vil du se et sirligt system, hvor alt bliver rangeret efter nyhedsværdi, tendenspotentiale og sæson-temaer. Der er også en dumpe-hylde. Det første, jeg gør, når jeg modtager et nyt produkt, er at tjekke indholdsoversigten. Er der tale om hudpleje, tester jeg konsistens, koncept, formål. Nogle ting lever et længere liv på mit arbejdsbadeværelse. Nogle er hurtigt vurderet og ryger i et andet rum, jeg har. Nemlig rummet med brugte arbejdsredskaber. Arrangeret efter producent, så tingene altid kan afhentes igen. For presseeksemplarerne er arbejdsredskaber – ikke gaver.

Jeg har i øvrigt ikke kunne finde retningslinjer for, om der skal stå 'negativ reklame', når noget diskvalificeres. Som jo også sker på Beautyspace. For en producent tager en chance ved at sende noget til mig, hvorfor de samme regler bør gælde som for andre skrivende, andre anmeldere, der modtager presseeksemplarer af eksempelvis bøger, teaterbilletter, vin og mad.

At reglerne er skærpet har gjort mange producenter så nervøse for at blive fældet for aftalt spil eller indirekte reklame, at de sender små sedler med deres presseeksemplarer, hvor der står:

Opstår du noget på sociale medier skal teksten REKLAME eller SPONSORERET fremgå tydeligt øverst/først/størst.

Og så er det, at kæden hopper af. For selvom jeg ofte bruger det tilsendte i en artikel eller et blogindlæg eller på en foredragsscene (før covid-19), er det bestemt ikke nogen reklame, jeg laver. Det er en anmeldende omtale, der som nævnt kan gå begge veje. Positivt som negativt.

Og så ligger det vel i ordet reklame, at det er noget, man modtager betaling for. Og her er der altså kræfter, der lovgivningsmæssigt vil tvinge folk til GRATIS at skrive reklame pga. et arbejdsmæssigt presseeksemplar. Det undrer mig, at det overhovedet er lovligt. For det betyder jo netop, at man tvinger nogen til at give producenterne gratis reklame.

Grunden til de skærpede regler var en bloggerbølge, en skov af personer, som modtog produkter og lovpriste dem aldeles ukritisk. Det var nødvendigt med et ind-greb. Og på samme måde står det soleklart, at aftalt kommercielt indhold mod betaling (eller uden) skal markeres som reklame/betalt partnerskab/sponsoreret. Her gælder præcis de samme regler som printmediernes advertorials eller andetannoncørbetalt indhold.

Det springende punkt er, om der er noget på spil for en producent. Om man kan risikere at blive hængt til tørre. Som eksempelvis da Glossier i Børsen og på Beautyspace blev omtalt under overskriften "Bedst på billeder", eller dækningen af Milk som Årets Ommer.

Jeg forbeholder mig retten til at skrive og tale frit – og jeg ændrer ikke stemme eller ordlyd, hvad enten det gælder Børsen, TV eller Beautyspace.

I øvrigt er de presseeksemplarer, jeg modtager arbejdsmæssigt, ikke på forhånd tiltænkt den ene eller den anden platform, ligesom mine arbejdshylder er en blanding af både købte og pressefremsendte produkter.

På Beautyspace, blog som IG, finder du redaktionelt indhold fordelt på fire kategorier:

- Indlæg omhandlende en overordnet problemstilling/emne som eksempelvis "Nervøs for salicylsyre?" kan blive bragt sammen med et generelt foto af produkter, der indeholder salicylsyre, men hvor ingen producent fremhæves.
- Indlæg, der fremhæver specifikke produkter, vil enten være betalt af beautyspace.dk (og så står der intet), eller der vil stå anmelder-eksemplar sendt til test til Børsen og Beautyspace.
- Indlæg, der involverer spa-behandlinger og overnatninger vil varedeklarerer på samme måde, som vi gør i Børsen, hvor vi skriver 'inviteret af', hvis og når det er tilfældet.
- Indlæg der promoverer mig selv – altså bog, foredrag og bogboks i mit tilfælde – kræver ingen markering.

Ovennævnte er i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens vejledning på området og er nøje clearret med min advokat. Og går udelukkende på, hvordan ting tackles på min arbejdsmæssige banehalvdel.