



Granskat & klart

Tema: Reklam, sponsring och otilbörligt gynnande



Granskat & klart

Tema: Reklam, sponsring och
otillbörligt gynnande

GRANSKNINGSNÄMNDENS PRAXISSAMLING

ISSN 1400-1680
ISBN 978-91-985712-3-3
Publicerad 2020

Grafisk form: Martin Zachrisson och Katarina Akerman
Distribution: Myndigheten för press, radio och tv

FÖRORD

Den som sänder radio, tv, beställ-tv eller sökbar text-tv ska följa reglerna i radio och tv-lagen. De som har sändningstillstånd ska även följa villkoren i dessa. För att kontrollera att reglerna följs finns granskningsnämnden för radio och tv, ett självständigt beslutande organ inom Myndigheten för press, radio och tv. Nämnden granskar program efter anmälningar från tittare och lyssnare, eller på initiativ av myndigheten.

För förtroendet och tilliten till programföretagen är det viktigt att deras program granskas. Det gäller även public service som ju finansieras av medborgarna. Granskningen ger också programföretagen vägledning om hur bestämmelserna ska tolkas.

Nämnden publicerar sina beslut löpande på www.mprt.se. Nämnden ger också ut temaskriften Granskat och klart där praxis inom ett visst område samlas. 1998 gjordes den första temaskriften om reklam, sponsring och otillbörligt gynnande. Skriften har därefter uppdaterats vid sex tillfällen. Det här är den åttonde upplagan som samlar och beskriver utvecklingen av granskningsnämndens praxis under 25 år, från det att nämnden bildades 1994 till och med maj 2019. Vid denna uppdatering liksom vid tidigare har en del äldre avgöranden fått utgå på grund av platsbrist. Om du vill ha en mer fullständig bild av utvecklingen av nämndens praxis hänvisar vi till tidigare upplagor av temaskriften.

Stockholm, januari 2020

Charlotte Ingvar-Nilsson

Generaldirektör för Myndigheten för press, radio och tv

INNEHÅLL

FÖRORD	4
INLEDNING	8
FÖRKORTNINGAR OCH SYMBOLER	9
1. REKLAM OCH ANDRA ANNONSER M.M.	10
1.1. ANNONSTID FÖR RADIO- OCH TV-SÄNDNINGAR	11
1.1.1. Största tillåtna annonsvolym	11
1.1.2. Försäljningsprogram	12
1.1.3. Kortaste tillåtna annonstid	13
1.2. ANNONSAVBROTT	14
1.2.1. Avbrott i filmer och dramaserier	14
1.2.2. Avbrott i nyhetsprogram	21
1.2.3. Avbrott i andra program	24
1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram	28
1.3. UTFORMNING AV ANNONSSIGNATUR	31
1.4. PERSONER SOM INTE FÅR FÖREKOMMA I ANNONSER	33
1.5. ANNONSERING MED DELAD SKÄRM	34
1.6. VIRTUELL ANNONSERING	35
1.7. ELEKTRONISKA FÖRETAGSSKYLTAR	36
1.8. ÖVRIGT	42
1.8.1. Interaktiva tv-sändningar	42
1.8.2. Reklam utformad som ett program	43
1.8.3. Ideella bidrag till programverksamhet	43
1.9. UNDANTAG FRÅN ANNONS- OCH REKLAMREGLERNA	44
1.9.1. Reklam för utbildningsmaterial m.m.	44
1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m.	45
2. SPONSRING	50
2.1. PROGRAM SOM INTE FÅR SPONSRAS	50
2.1.1. Nyhetsprogram	51

2.1.2. Barnprogram	52
2.1.3. Public service	52
2.2. VEM SOM INTE FÅR SPONSRA PROGRAM	56
2.2.1. Alkohol- och tobaksföretag	56
2.2.2. Företag som tillhandahåller spel	58
2.2.3. Produkter och varumärken	58
2.3. INPLACERING AV SPONSRINGSMEDDELANDEN	58
2.3.1. Början och slutet på ett program	59
2.4. UTFORMNING AV SPONSRINGSMEDDELANDEN	61
2.4.1. Tilläggsuppgifter och slogans	62
2.4.2. Bild- och ljudillustrationer	65
2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden	74
2.5. INDIREKT SPONSRING	77
3. OTILLBÖRLIGT KOMMERSIELLT GYNNANDE	80
3.1. KONSUMENTUPPLYSNING	81
3.2. DRYCKESPROVNING	85
3.3. BÖCKER, FILMER, SKIVOR M.M.	88
3.3.1. Böcker	88
3.3.2. Böcker författade av företrädare för programföretag	95
3.3.3. Filmer	98
3.3.4. Skivor	100
3.3.5. Dataspel	104
3.3.6. Tidningar	105
3.4. EVENEMANGSTIPS	108
3.5. NYA FÖRETAG OCH PRODUKTER	116
3.6. ANDRA SKILDRINGAR AV FÖRETAG OCH PRODUKTER	123
3.7. KRINGPRODUKTER	145
3.8. VARUMÄRKESEXPONERING	146
3.8.1. Varumärkesexponering på kläder	146
3.8.2. Varumärken i inspelningsmiljön	157
3.8.3. Annan varumärkesexponering	167
3.9. VINSTPRESENTATIONER	176
3.10. VÄLGÖRENHET	183
3.11. HÄNVISNING TILL WEBBPLATSER OCH SOCIALA MEDIEPLATTFORMAR	186
3.12. REDAKTIONELLT SAMARBETE	193
3.13. PROGRAM MED TIDNINGSNAMN	195

3.14. GYNNANDE AV INSPELNINGSPLATS	195
3.15. ÖVRIGT	203

4. PRODUKTPLACERING	209
----------------------------	------------

KONSUMENTVERKET/KO	214
---------------------------	------------

REKLAMOMBUDSMANNEN	214
---------------------------	------------

SPELINSPEKTIONEN	215
-------------------------	------------

PROGRAMREGISTER	216
------------------------	------------

INLEDNING

I denna temaskrift redovisas ett urval av beslut rörande reklam, sponsring, otillbörligt gynnande av kommersiella intressen och produktplacering som granskningsnämnden för radio och tv har meddelat. De regler som nämnden utgår från i sin granskning finns i radio- och tv-lagen (2010:696) och i de marksändande programföretagens sändningstillstånd.

Den som bryter mot bestämmelser och villkor om annonser, sponsring, produktplacering och otillbörligt gynnande kan åläggas att betala en särskild avgift. Den särskilda avgiften beslutas av Förvaltningsrätten i Stockholm på talan av granskningsnämnden och kan uppgå till lägst 5 000 kronor och högst 5 miljoner kronor. Avgiften bör dock inte överstiga tio procent av programföretagets årsomsättning. Vid bestämmandet av avgiftens storlek beaktar förvaltningsdomstolarna överträdelsens art, varaktighet och omfattning samt de intäkter som programföretaget kan beräknas ha fått med anledning av överträdelsen.

De domar från förvaltningsdomstolarna som redovisas i denna skrift har vunnit laga kraft, om inte annat anges. I skriften används genomgående de nu aktuella namnen Förvaltningsrätten i Stockholm, Kammarrätten i Stockholm och Högsta förvaltningsdomstolen även om vissa domar och beslut fattades under den tid då Förvaltningsrätten i Stockholm hette Länsrätten i Stockholm och Högsta förvaltningsdomstolen hette Regeringsrätten.

Vissa av radio- och tv-lagens reklamregler övervakas av Konsumentverket/KO. Detta gäller bestämmelserna om reklam riktad till barn och förbudet för nyhetsuppläsare med flera att medverka i reklamslag (8 kap. 7–9 §§ och 15 kap. 4 § radio- och tv-lagen). Konsumentverket/KO övervakar även att förbuden mot alkohol-, tobaks- och läkemedelsreklam och reklam för modersmjölksersättning följs. Vad gäller spelreklam har även Spelinspektionen en roll. För närmare information om och kontaktuppgifter till Konsumentverket/KO och Spelinspektionen, tidigare Lotteriinspektionen, samt även Reklamombudsmannen, se under respektive rubrik i slutet av denna temaskrift.

Europaparlamentet och Europeiska unionens råd har den 14 november 2018 antagit direktiv (EU) 2018/1808 om ändring av direktiv 2010/13/EU om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktivet om audiovisuella medietjänster), mot bakgrund av ändrade marknadsförhållanden.

Ändringsdirektivet innehåller bland annat ändringar i reklambestämmelserna och bestämmelserna om produktplacering. Detta kommer att medföra vissa ändringar av bestämmelser i radio- och tv-lagen.

Besluten refereras i kronologisk ordning med fällande beslut först, följt av friande beslut.

FÖRKORTNINGAR OCH SYMBOLER

SR	Sveriges Radio AB
SVT	Sveriges Television AB
UR	Sveriges Utbildningsradio AB

FÄLLT - Inslaget blev fällt

FRIAT - Inslaget blev friat



1. REKLAM OCH ANDRA ANNONSER M.M.

(3 kap. 1 § p. 1 och 13 radio- och tv-lagen)

I radio- och tv-lagen används samlingsbegreppet **annonser** för reklam och andra meddelanden som utan att vara reklam sänds på uppdrag av någon annan och som har till syfte att främja en sak eller en idé.

Reklam definieras i sin tur som varje form av meddelande som sänds antingen mot betalning eller liknande ersättning eller som utgör egenreklam, och som syftar till att i näringsverksamhet marknadsföra varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen eller andra nyttigheter.

FÄLLT

Radio S

Radio Luleå, 2010-06-13

Beslut 10/00160

Inslaget, som var cirka två och en halv minut långt, ingick i en slinga och bestod bland annat av följande information.

Radio S, som i socialdemokrat, har vaknat så här åtta månader före valet och kommer att sända på tisdagar, 19.30, från och med tisdagen den 16 februari. Vill du vara med och påverka Luleås framtid så kan vi berätta att nu formas det nya programmet för Luleå. Nu har vi snart avverkat den här mandatperioden och vi håller på att skriva ett nytt handlingsprogram inför det stundande valet 2010. En programgrupp har utsetts, som nu är i full gång med att träffa medlemmar, medborgare och förtroendevalda för att ha ett bra underlag till det nya handlingsprogrammet. Så fort vi har antagit det nya handlingsprogrammet kommer vi att publicera det på hemsidan och hemsidan hittar du enklast genom att googla på Socialdemokraterna plus Luleå.

Granskningsnämnden ansåg att informationen om Radio S var utformad som en trailer för programmet. Av nämndens praxis följer att det inte är tillåtet för en närradioförening att sända reklam för andra föreningars programutbud. Sändningen stred därför mot bestämmelsen i 14 kap. 4 § radio- och tv-lagen.

FRIAT

Energitipset

TV4, 2010-12-06

Beslut 11/01755

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.1. Konsumentupplysning.

FRIAT

VM-studio

TV4, 2006-06-18

Beslut SB 694/06

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.15. Övrigt.

1.1. ANNONSTID FÖR RADIO- OCH TV-SÄNDNINGAR

(8 kap. 1 och 2 §§ och 15 kap. 2 § radio- och tv-lagen)

1.1.1. Största tillåtna annonsvolym

Annonser får sändas i tv- och ljudradiosändningar under högst tolv minuter per timme mellan hela klockslag. Om sändningstiden i ljudradio inte omfattar en timme mellan hela klockslag, får annonser sändas under högst femton procent av sändningstiden.

FÄLLT

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01458

Vid ett tillfälle, under sändningstimmen kl. 7.00–8.00, var annonstiden tolv minuter och 49 sekunder. Eftersom annonstiden uppgick till mer än tolv minuter under denna sändningstimme fann granskningsnämnden att överträdelse hade skett av bestämmelsen om största tillåtna annonsmängd.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att tillståndshavaren skulle betala en särskild avgift om totalt 50 000 kronor, varav 25 000 kronor avsåg överträdelsen av bestämmelsen om annonsmängd (förvaltningsrättens mål nr 11884-18).

>> Beslutet refereras även i avsnitt 1.3. Utformning av annonssignatur, 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m., 2.3.1. Början och slutet på ett

program, 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden, 3.3.4. Skivor och 3.9. Vinstpresentationer.

- > Nämnden gjorde samma bedömning i beslut 17/00525 avseende en direktsändning från Alpina VM 2017 i TV4, där den sammanlagda annonstiden under en av sändningstimmarna var tolv minuter och tre sekunder. Förvaltningsrätten biföll nämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kr för överträdelsen (förvaltningsrättens mål nr 23686-17).

FÄLLT

Mix Megapol Södra Skåne och Norra Skåne

2013-02-09

Beslut 13/00439 och 440

Högsta tillåtna annonsmängden per timme mellan hela klockslag överskreds vid fyra tillfällen.

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.

1.1.2. Försäljningsprogram

Programtjänster som uteslutande är avsedda för försäljningsprogram får sändas i tv, trots bestämmelserna om högsta tillåtna annonsmängd, under förutsättning att sändningstiden är minst femton minuter.

FÄLLT

Tvins.com

Star!, 2011-09-05

Beslut 12/00234

Sändningen *tvins.com* innehöll försäljning och demonstrationer av olika produkter. Demonstrationerna och intervjuerna var på engelska medan informationen om produkterna, köpvillkoren och uppmaningar att köpa produkterna gjordes av en svensk speakerröst. Även textad information var på svenska. Sändningen inleddes med att en vinjett där logotypen för *tvins.com* visades. Under sändningen visades logotypen i bildens övre vänstra hörn. Under logotypen visades tillägget ”www.tvins.com”. Varje produkt visades i cirka femton minuter. Mellan varje produkt visades vinjetten med *tvins.com* logotyp.

Granskningsnämnden konstaterade inledningsvis att programtjänsten, som sändes under den gemensamma beteckningen *tvins.com*, var ett sådant försäljningsprogram som avsågs i 8 kap. 1 § andra stycket radio- och tv-lagen. Av tillståndshavarens yttrande framgick att tillståndshavaren ansvarade för den

aktuella sändningen av programtjänsten *tvins.com*. Nämnden konstaterade att den registrerade sändningsbeteckningen ”Star!” inte angavs vid något tillfälle under de granskade sändningarna. Nämnden ansåg vidare att de aktuella sändningarna saknade en löpande signatur, som enligt radio- och tv-lagen ska förekomma i försäljningsprogram. Sändningen stred mot bestämmelserna om sändningsbeteckning och annonssignatur i radio- och tv-lagen.

1.1.3. Kortaste tillåtna annonstid

Den sammanlagda annonstiden i en tv-sändning får vid ett givet tillfälle inte understiga en minut sedan sändningstiden för annonssignaturen har räknats bort. Regeln gäller inte för tv-sändningar av direktsända sportevenemang.

Bestämmelsen säger inget om hur kort ett enskilt reklamslag får vara, endast att annonsblocket ska vara minst en minut. Motivet till denna bestämmelse är dels att tittarna ska hinna uppfatta att det sänds annonser, dels att begränsa antalet annonsavbrott i sändningarna.

FÄLLT

Lust, svett och tårar

24UNT, 2011-09-02 och 09-05

Beslut 11/02750

Fyra annonsavbrott understeg en minut sedan sändningstiden för annonssignaturen räknats bort.

>> *Beslutet refereras i avsnitt 4. Produktplacering.*

FRIAT

Alpint

TV4, 2017-02-14

Beslut 17/00525

Sändningarna bestod bland annat av en direktsändning från lagtävlingen i parallellslalom. Vid ett tillfälle, under sändningstimmen 12.00–13.00, var ett annonsavbrott 50 sekunder långt.

Granskningsnämnden konstaterade att sändningarna var en del av ett direktsänt sportevenemang och kunde mot den bakgrunden inte finna att sändningstimmen 12.00–13.00 stred mot kortaste tillåtna annonstid i radio- och tv-lagen.

1.2. ANNONSAVBROTT

(8 kap. 3 och 4 §§ och 7 § andra stycket radio- och tv-lagen)

Enligt radio- och tv-lagen gäller följande regler för annonsavbrott i tv-sändningar och beställ-tv.

- Program som huvudsakligen riktar sig till barn under tolv år får inte avbrytas av annonsering. I tv-sändningar får inte heller program som innehåller gudstjänster avbrytas av annonsering. Reklam får vidare inte förekomma omedelbart före eller efter ett program eller en del av ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år.
- Andra program i tv-sändningar får avbrytas av annonsering endast om avbrottet, med hänsyn till naturliga pauser i programmet och programmets längd och karaktär, inte påverkar programmets integritet och värde eller kränker rättighetshavarnas rättigheter.
- Sändning av nyhetsprogram, biograffilmer och filmer producerade för tv, utom tv-serier och dokumentärprogram, får under förutsättning att kraven enligt ovan är uppfyllda avbrytas av annonsering en gång varje tablålagd period på minst 30 minuter.

Av den tidigare radio- och tv-lagens (1996:844) förarbeten (prop. 2001/02:82 s. 15) framgår att annonser bör sättas in där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet. I dramer kan detta exempelvis ske vid scenförändringar eller markanta avvikelser i handlingen. I dokumentär- eller diskussionsprogram antingen när programmet byter ämne, när nya deltagare i en diskussion introduceras eller, om programmet är direktsänt, i slutet av filmade inlägg. I musikprogram kan det ske när ett verk har avslutats. I lätta underhållningsprogram när en scen eller sekvens avslutas och i tävlingsprogram när en ny deltagare introduceras. I sportprogram utan längre pauser bör avbrotten placeras så att tittaren inte riskerar att missa något väsentligt.

1.2.1. Avbrott i filmer och dramaserier

FÄLLT

Döda poeters sällskap

TV4, 2019-01-19

Beslut 19/00211

Döda poeters sällskap var en amerikansk långfilm som utspelade sig på en privatskola. Sändningen av filmen avbröts vid följande tillfällen av annonser.

- En lärare sa åt sina elever att luta sig närmare skolans trofésåp och lyssna noga, varpå sändningen bröts av annonser. Efter avbrottet fortsatte scenen med att läraren viskade till eleverna.
- En elev smet ut från skolan för att träffa ett hemligt elevsällskap. Han tittade i en bok med dikter som skulle läsas i sällskapet samtidigt som en musikslina spelades. Filmen avbröts av annonser. Efter avbrottet fortsatte samma musikslina och elever visades smita från skolan.
- En elev skulle ringa ett samtal men la på luren. Samtidigt som han pratade med sina kamrater bröts filmen av annonser. Efter avbrottet fortsatte han att prata med kamraterna.
- Skolans rektor bad de församlade eleverna att den som skrivit en artikel i skoltidningen skulle ge sig till känna. Sändningen avbröts av annonser, varefter filmen återupptogs i samma scen.
- En elev tog fram sin fars pistol ur en byrålåda och satt sedan med pistolen framför sig. Musik spelades. Sändningen bröts av annonser. När filmen återupptogs hördes samma musikslina och elevens far väcktes av ett ljud. Han gick ned i huset och hittade sin son död.

Granskningsnämnden ansåg att samtliga fem annonsavbrott i långfilmen var placerade på ett sådant sätt att de avbröt pågående händelseförlopp. Avbrotten var därmed inte placerade där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett avbrott i filmens kontinuitet. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor per avbrott, totalt 250 000 kronor för de felaktigt inplacerade annonsavbrotten (förvaltningsrättens mål nummer 11504-19).

FÄLLT

Kommissarie Späck

TV12, 2018-07-31

Beslut 18/02606

Sändningen var en film som var tabblagd kl. 22.15–00.15. Under den tabblagda halvtimmen 23.15–23.45 förekom två annonsavbrott. Sändningen avbröts således av annonsering mer än en gång per tabblagd period om minst 30 minuter och programmet stred därför mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för överträdelsen. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

FÄLLT

Hobbit: Femhäraslaget

TV4, 2017-07-29

Beslut 17/02006

I en scen i filmen *Hobbit: Femhäraslaget* utkämpades en strid mellan två av filmens hjältekaraktärer och en grupp vålnader. Under striden låg en av huvudkaraktärerna, Gandalf, avsvimmad i armarna på en annan karaktär, Galadriel. Gandalf vaknade till liv i Galadriels armar och pratade med henne varefter filmen avbröts för annonser och nyheter. När filmen återupptogs efter avbrottet fortsatte striden medan Gandalf räddades undan av en annan karaktär.

Granskningsnämnden ansåg att annonsavbrottet hade placerats på ett sådant sätt att det avbröt ett pågående händelseförlopp. Avbrottet var därmed inte placerat där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i filmens kontinuitet. Inplaceringen av avbrottet stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet (förvaltningsrättens mål nr 1597-18).

FÄLLT

Knight and day

TV4, 2017-05-19

Beslut 17/01407

Knight and day var en amerikansk långfilm. I en scen pratade en CIA-chef och en agent med varandra inne på ett kontor. Bland annat beordrade chefen agenten att hitta filmens två huvudkaraktärer som var på flykt. Innan hon hade hunnit avsluta meningen med sin order bröts sändningen för reklam. Efter annonsavbrottet återupptogs filmen i en ny scen.

Granskningsnämnden ansåg att annonsavbrottet hade placerats på ett sådant sätt att det avbröt ett pågående händelseförlopp. Att avbrottet var placerat nära en punkt där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet ändrade inte den bedömningen. Inplaceringen av annonsavbrottet stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet (förvaltningsrättens mål nr 25336-17).

Beck – I Guds namn

TV4, 2016-08-15

Beslut 16/02175

I filmen *Beck – I Guds namn* hittades en paparazzifotograf mördad och polisen Martin Beck försökte hitta ett motiv till dådet. Fotografens lägenhet hade tömts på kameror. En penna innehållandes ett USB-minne med foton hittades och poliserna sökte efter svar bland fotografierna. Det aktuella annonsavbrottet var placerat i en scen där en kvinna berättade om vilken bakgrund en politiker som syntes på några fotografier hade. Sändningen bröts för reklam under tiden som kvinnan pratade. Efter annonsavbrottet återupptogs filmen i samma scen.

Granskningsnämnden ansåg att annonsavbrottet placerades på ett sådant sätt att det avbröt ett pågående händelseförlopp. Avbrottet var därmed inte placerat där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet. Inplaceringen av annonsavbrottet stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet (förvaltningsrättens mål nr 3091-17).

Sagan om ringen

TV4, 2014-07-16

Beslut 14/01702

I filmen *Sagan om ringen* skulle huvudpersonen Frodo förstöra en ring som han fått av en släkting. I det aktuella avsnittet höll Frodo på att dö i armarna på en annan karaktär, Arwen, efter att ha blivit stucken med ett förgiftat svärd. Frodo svimmade och det spelades stämningsfull musik i bakgrunden medan Arwen bad för Frodo. I nästa scen befann sig Frodo i någon form av drömvärld där Arwens pappa Elrond uttalade besvärjelser. Flera olika bilder vävdes samman i en drömlig scen. Alla bilder var inramade av ett drömlikt vitt sken. Bilden blev sedan helt skinande vit. Därefter bröts sändningen för reklam. När filmen fortsatte efter annonsavbrottet var bilden återigen helt vit. Därefter klarnade bilden från drömvärlden och man fick se Frodo i en säng. Gandalf pratade med Frodo när han vaknade.

Granskningsnämnden ansåg att annonsavbrottet placerats på ett sådant sätt att det avbröt ett pågående händelseförlopp. Avbrottet var därmed inte placerat där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet. Inplaceringen av annonsavbrottet stred därför mot bestämmelsen i radio- och tv-lagen om avbrott för annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet. Kammarrätten avlog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 5831-15).

FÄLLT

Morden i Sandhamn

TV4, 2012-12-19

Beslut 12/02761

Programmet var ett avsnitt i en svensk kriminalserie. Det andra annonsavbrottet skedde under ett tumult som utbrutit mellan två kvinnor (A och B) som befann sig i ett hus. A försökte fly från B men ramlade ned på golvet. B tog då upp en kniv och greppade tag i A:s hår för att lyfta upp henne. Samtidigt som B lyfte upp A förde hon kniven mot A:s hals. Programmet avbröts sedan för annonser. Efter annonsavbrottet fortsatte programmet med en bild på en skärgårdsmiljö och en kvinna som svarade i sin mobiltelefon. Hon fick ett samtal från en man som sprang mot huset där tumultet utbrutit. Han berättade att A var i fara. Kvinnan som fick samtalet började också springa mot huset.

Granskningsnämnden ansåg att det aktuella annonsavbrottet placerats på ett sådant sätt att det avbröt ett pågående händelseförlopp där dramatiken stegrades. Avbrottet var därmed inte placerat där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet. Inplaceringen av detta annonsavbrott stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet. Kammarrätten avlog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 8380-13).

FÄLLT

Rädda menige Ryan

TV4 Plus, 2010-09-13

Beslut 10/00628

Filmen handlade om en grupp amerikanska soldater som under andra världskriget fått i uppdrag att hitta en amerikansk fallskärmssoldat vid namn Ryan, som antogs befinna sig i Frankrike bakom tyskarnas försvarslinje. I filmen gjordes sex annonsavbrott. Det första annonsavbrottet hade placerats i en sekvens som skildrade när amerikanska soldater landsteg i Normandie. Det sjätte annonsavbrottet hade

placerats i en sekvens där amerikanerna – efter att ha legat i bakhåll inne i en sönderbombad fransk by – utkämpade en eldstrid med tyska soldater.

Granskningsnämnden ansåg att det första och sjätte annonsavbrottet hade placerats på ett sådant sätt att de avbröt ett pågående dramatiskt händelseförlopp. Inplaceringen av dessa annonsavbrott stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor per felaktigt inplacerat annonsavbrott, totalt 50 000 kronor. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 4600-12).

FÄLLT

Påtaglig fara

TV4, 2004-09-12

Beslut SB 466/05

Filmen handlade om en CIA-agent som fått i uppdrag att utreda mordet på en av presidenternas vänner med familj. När det första annonsavbrottet inträffade hade CIA-agenten överlämnat en diskett till en dataexpert som skulle försöka få fram ett lösenord som gav tillgång till det som fanns på disketten. När dataexperten kom på det rätta lösenordet avbröts filmen för reklam.

Granskningsnämnden ansåg att avbrottet gjordes när dramatiken stegrats och att detta stred mot bestämmelserna i radio- och tv-lagen.

Förvaltningsrätten avslog granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande men satte ned beloppet till 25 000 kronor. Högsta förvaltningsdomstolen fastställde kammarrättens dom (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 3267-06).

FRIAT

Fredsmäklaren

TV4, 2005-06-06

Beslut SB 824/05

I långfilmen *Fredsmäklaren* förekom sammanlagt fyra annonsavbrott. Två av annonsavbrotten hade placerats vid scenförändringar, det vill säga på ett sätt som överensstämmer med radio- och tv-lagen. Enligt nämndens uppfattning kunde det ifrågasättas om inte de övriga två avbrotten gjordes mitt i händelseförlopp. Den växling i tempo och perspektiv som förekom bedömdes emellertid vara tillräcklig för att inte heller dessa skulle anses strida mot radio- och tv-lagen.

Tsatsiki, morsan och polisen

TV4, 2003-12-12

Beslut SB 824/04

Granskningsnämnden ansåg att inplaceringen av annonsavbrotten i filmen inte stred mot radio- och tv-lagen.

>> *Beslutet refereras i avsnitt 1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram.*

Alfred och Hajen som visste för mycket

TV4, 2002-06-15 och 07-22

Beslut SB 566/02

Långfilmen *Alfred* handlade om Alfred Nobel och hans relation till två kvinnor och utspelade sig i genuina 1800-talsmiljöer i Sverige och Paris. Programmet anmäldes av NN, som hade svarat för både manus och regi. Han ansåg att annonsavbrotten på totalt 16 minuter svårt skadade långfilmens integritet och upplevelsevärde samt att avbrotten utgjort en kränkning av hans upphovsrätt.

Komedin *Hajen som visste för mycket* utspelade sig i Stockholm under slutet av 1980-talet och ironiserade över yuppiekulturen, aktier, pengar och börsen. Anmälaren som stod för manus, regi och delvis var producent, ansåg att annonsavbrotten var en kränkning av programmets värde och integritet men också av rättighetshavarens rättigheter.

Granskningsnämnden konstaterade att annonsavbrotten i samtliga fall hade placerats vid sådana scenförändringar då handlingen skiftat miljö. Även med beaktande av den påverkan på filmupplevelsen och den konstnärliga helheten som avbrotten kunde ha medfört fann nämnden att annonserna placerats på sådant sätt att filmernas integritet och värde inte kränkts. Vidare kunde det enligt nämnden inte heller antas att anmälarnas ideella rättigheter blivit kränkta.

Tre ledamöter var skiljaktiga och ansåg att såväl förekomsten som placeringen av annonsavbrotten kränkte anmälarnas rättigheter och filmernas integritet och upplevelsevärld.

1.2.2. Avbrott i nyhetsprogram

FÄLLT

Sporten och TV4Nyhetererna

TV4, 2016-10-19 och 11-08

Beslut 16/03135

Sändningarna kl. 22 den 19 oktober 2016

Granskningsnämnden ansåg att hela den aktuella timslånga sändningen, inklusive de delar som innefattade sport och väder, med hänsyn till den övergripande utformningen, var att betrakta som en nyhetstimme och tillika ett (1) program som huvudsakligen innehöll nyheter.

Eftersom programmet avbröts av annonsering mer än en gång per tablålagd period om minst 30 minuter stred det mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen. Eftersom sportsändningarna och väderprognoserna i programmet var sponsrade stred sändningen också mot bestämmelsen om att nyhetsprogram inte får sponsras i 7 kap. 1 § radio- och tv-lagen.

Sändningarna kl. 22 den 8 november 2016

Granskningsnämnden konstaterade att sändningarna hade en tydligare uppdelning mellan *TV4Nyhetererna* och *Sporten* än sändningen den 19 oktober. Bland annat avslutades *TV4Nyhetererna* med en egen vinjett och sportpresentatören medverkade till exempel inte i *TV4Nyhetererna* innan *Sporten*. Nämnden ansåg mot den bakgrunden att *Sporten* kunde anses vara ett eget program, som fick omges av annonser.

Nämnden konstaterade dock att *TV4Nyhetererna* avslutades strax innan kl. 22.40 och innehöll två annonsavbrott. Det ena sändes efter cirka 15 minuter och det andra efter cirka 31 minuter. Det andra annonsavbrottet sändes innan ekonominyhetererna. Nämnden ansåg att ekonominyhetererna som avslutade *TV4Nyhetererna* innan *Sporten* fick anses vara en del av *TV4Nyhetererna* eftersom det bland annat presenterades i samma studio som *TV4Nyhetererna* och även i övrigt mot bakgrund av den övergripande utformningen framstod som en del av *TV4Nyhetererna*. *TV4Nyhetererna* avbröts således av annonsering mer än en gång per tablålagd period om minst 30 minuter och programmet stred därmed mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen.

Sändningarna av *Sporten*

Granskningsnämnden ansåg att sändningarna av *Sporten* kunde anses vara separata program mot bakgrund av programmets utformning. Nämnden ansåg dock att de aktuella sändningarna av *Sporten* var program av nyhetskaraktär och således huvudsakligen fick anses handla om nyheter. Sändningarna var sponsrade och stred därför mot bestämmelsen i 7 kap. 1 § radio- och tv-lagen om vilka program som inte får sponsras.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 275 000 kronor. Av beloppet avsåg 50 000 kronor överträdelsen i *Sporten* av bestämmelsen om vilka program som inte får sponsras och 25 000 kronor avsåg överträdelsen i *TV4Nyheter* av bestämmelsen om annonsering mer än en gång per tablålagd period om minst 30 minuter. Resterande 200 000 kronor avsåg överträdelser av bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden i sändningar av *Vädret*.

TV4 AB överklagade förvaltningsrättens dom i den del som handlade om sponsring av *Sporten*. Kammarrätten avlog TV4 AB:s överklagande och instämde bland annat i förvaltningsrättens bedömning att innehållet i programmet omfattades av begreppet nyheter och huvudsakligen fick anses handla om nyheter och att sändningarna därför stred mot bestämmelsen i 7 kap. 1 § radio- och tv-lagen (kammarrättens mål nr 10235-18).

TV4 AB överklagade kammarrättens dom (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 3600-19). Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade Högsta Förvaltningsdomstolen ännu inte avgjort ärendet.

FÄLLT

Nyheter och Sporten

TV4, 2015-09-11, 12-01 och 12-03 samt 2015-10-03

Beslut 15/02603 m.fl.

I beslutet prövade granskningsnämnden bland annat om nyhetssändningarna kl. 22.00 den 1 och 3 december 2015 var nyhetsprogram. Enligt nämndens bedömning var hela nyhetstimmen respektive dag, inklusive sportnyheterna och väderprognoserna, med hänsyn till den övergripande utformningen att anse som ett (1) program. Programmen avbröts av annonsering mer än en gång per tablålagd period om minst 30 minuter och stred därmed mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen. Nämnden fann vidare bland annat att *Sporten* var ett nyhetsprogram och konstaterade att det var kortare än 30 minuter. Eftersom programmet avbröts av egenreklam stred det mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen. De aktuella sändningarna av *TV4 Nyheter* och *Sporten* stred också mot bestämmelsen i 7 kap. 1 § radio- och tv-lagen om att nyhetsprogram inte får sponsras.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift för överträdelserna.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m.*

FÄLLT

Nyheterna

TV4, 2015-05-30

Beslut 15/01417

Inslaget handlade om premiären för den nya tjänsten Fotbollskanalen och var placerat mellan två andra inslag i *Sporten* som sändes inom ramen för det knappt tio minuter långa programmet *Nyheterna*.

Granskningsnämnden konstaterade att TV4 AB uppgett att Fotbollskanalen, som tillhandahölls på webbplatsen fotbollskanalen.se, var en del av bolagets programverksamhet. Nämnden konstaterade vidare att det på webbplatsen, utöver fotbollsrelaterade artiklar och matchresultat, tillhandahölls tv-program med fotbollsinnehåll. Mot denna bakgrund fann nämnden att Fotbollskanalen fick anses vara en sådan tjänst som ingick i TV4 AB:s programverksamhet. Annonsen utgjorde således så kallad egenreklam som enligt bestämmelsen i 8 kap. 16 § radio- och tv-lagen undantas från bland annat kravet om annonsignatur. Eftersom annonsen avbröt nyhetsprogrammet *Nyheterna* som var kortare än 30 minuter stred annonsavbrottet dock mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

TV4Nyheterna

TV4, 2011-09-22, kl. 22.00–22.25

Beslut 11/02947

Nyhetsprogrammet med en tablålagd tid på 25 minuter innehöll ett annonsavbrott. Granskningsnämnden ansåg att TV4 AB inte hade rätt att göra något avbrott i sändningen med hänsyn till det aktuella programmets tablålagda längd. Sändningen stred därför mot 8 kap. 4 § andra stycket radio- och tv-lagen.

Nämnden ansåg inte att det fanns skäl att ansöka om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FRIAT

SVT Nyheter Stockholm

SVT1, 2015-12-30

Beslut 16/00029

>> *Beslutet refereras i avsnitt 3.11. Hänvisning till webbplatser och sociala medieplattformar.*

1.2.3. Avbrott i andra program

FÄLLT

Duellen – Val 2018

TV4, 2018-09-08

Beslut 18/03122

Sändningen var en debatt mellan två partiledare. Personer i publiken ställde frågor till partiledarna som de sedan debatterade. En person ställde en fråga om det svenska försvaret varpå partiledarna svarade. En av programledarna började sedan ställa en följdfråga. Sändningen avbröts då av ett annonsavbrott. Efter avbrottet välkomnades tittarna tillbaka till studion och programledarna presenterade ett nytt ämne för partiledarna att debattera.

Granskningsnämnden konstaterade att det aktuella annonsavbrottet var inplacerat så att det avbröt en följdfråga från en av programledarna. Avbrottet var därmed inte placerat på ett sådant sätt att det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet. Placeringen av annonsavbrottet stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet (förvaltningsrättens mål nr 10323-19).

FÄLLT

Monty Python live (mostly)

TV12, 2017-06-16

Beslut 17/01675

Monty Python live (mostly) var en inspelning av en scenshow där en humorgrupp repriserade kända sketcher. I en sketch skulle en kund lämna tillbaka en död papegoja i en djuraffär och argumenterade med butiksbiträdet. När publiken visades applådera åt ett skämt bröts programmet för annonser. Efter avbrottet fortsatte sketchen.

Granskningsnämnden konstaterade att annonsavbrottet placerades på ett sådant sätt att det avbröt ett pågående händelseförlopp. Avbrottet var därmed inte placerat där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmets kontinuitet. Inplaceringen av avbrottet stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet (förvaltningsrättens mål nr 1607-18).

FÄLLT

Is hockey SM-slutspel – Semifinal 4:7 Linköping-Skellefteå

TV4, 2015-04-03

Beslut 15/00888

Sändningen var en kommenterad direktsänd ishockeymatch. I den tredje perioden av matchen, då åtta sekunder av matchtiden återstod och i samband med en avblåsning, avbröts sändningen av en trailer. När sändningen av matchen återupptogs återstod fem sekunder av matchtiden.

Granskningsnämnden konstaterade att avbrottet skedde i samband med en avblåsning. Avbrottet pågick dock fortfarande när matchen återupptogs vilket ledde till att tittarna missade tre sekunder av matchens slutskede. Nämnden ansåg att avbrottet därmed hade placerats in så att tittarna riskerade att missa något väsentligt. Inplaceringen av avbrottet stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering. Vad TV4 AB hade anfört om tekniska problem föranledde ingen annan bedömning.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet (förvaltningsrättens mål nr 23258-15).

> I beslut 13/01159 (som refereras i avsnitt 1.7. Elektroniska företagsskyltar och 3.15. Övrigt) fälldes en sändning av en hockeymatch för att det hade satts in ett annonsavbrott under pågående spel så att tv-tittarna missade ett mål. Beslut 17/01155 gällde samma frågeställning. Jämför beslut 11/00927 och 953 som refereras nedan, där inplaceringarna av annonser i sändningen av en ishockeymatch ansågs tillåtna.

FÄLLT

Polar Music Prize

TV4, 2012-08-28

Beslut 12/01711

I programmet, en direktsänd prisutdelningsceremoni, placerades två annonsavbrott mitt i framförandet av olika musikverk.

Granskningsnämnden uttalade att avbrotten inte var placerade där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmet. I stället avbröt annonserna de pågående framförandena. Inplaceringen av annonsavbrotten stred därför mot bestämmelsen om när program får avbrytas av annonsering.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor per felaktigt inplacerat annonsavbrott, totalt 50 000 kronor. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 8379-13).

FÄLLT

Malou möter Carola

TV4, 2006-04-25

Beslut SB 716/06

I programmet intervjuade programledaren en artist. Intervjun bröts för reklam efter det att programledaren ställt en fråga och innan artisten hade hunnit svara. Enligt granskningsnämnden var avbrottet inte placerat i en naturlig paus i programmet och stred därför mot bestämmelsen om inplacering av annonsavbrott.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet. Kammarrätten avsåg TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 271-08).

FÄLLT

Conan O'Brien

TV4 Plus, 2005-10-07 och 10-20

Beslut SB 368/06

Conan O'Brien var en amerikansk pratshow som bland annat innehöll intervjuer och sketcher. I det ena granskade programmet gjordes ett annonsavbrott mitt i en pågående sketch och i det andra programmet var ett annonsavbrott placerat mitt i ett framträdande av programledaren. Granskningsnämnden ansåg att avbrotten stred mot bestämmelsen i radio- och tv-lagen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor per felaktigt inplacerat annonsavbrott, totalt 50 000 kronor. Kammarrätten avsåg TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 7381-06).

FÄLLT

Kalla fakta special

TV4, 2004-11-15

Beslut SB 057/05

Kalla fakta special visade i november 2004 en dokumentär som handlade om en svår helikopterolycka i Sverige då sex personer i besättningen omkom och endast en person överlevde. Ett av reklamavbrotten hade placerats i en sekvens som visade en begraving. Granskningsnämnden ansåg att avbrottet placerats så att det störde programmets kontinuitet på ett påtagligt sätt. Avbrottet stred därför mot radio- och tv-lagen.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det felaktigt inplacerade reklamavbrottet men satte ner beloppet till 25 000 kronor. Kammarrätten avslög TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2602-07).

FRIAT

Konståknings-EM: Uppvisningsfesten

TV4, 2015-02-01

Beslut 15/00262

Sändningen var en kommenterad direktsänd avslutningsgala med konståkningsuppvisningar som ägde rum efter konståknings-EM. Sändningen innehöll totalt fyra avbrott för annonser. Det första annonsavbrottet var placerat efter att ett uppvisningsnummer avslutats och följdes av kommentarer av programledarna i studion. Sändningens andra annonsavbrott var placerat efter kommentarer av programledarna i studion och följdes av sändning från studion samt en återblick från en uppvisning. De tredje och fjärde annonsavbrotten var båda placerade efter att uppvisningsnummer avslutats och följdes av att uppvisningsnummer påbörjats.

Enligt granskningsnämndens mening fick de aktuella pauserna, mot bakgrund av programmets karaktär, anses vara inplacerade där det var tillåtet att göra ett avbrott för annonser. Inplaceringen av annonser i den aktuella sändningen stred därmed inte mot radio- och tv-lagen.

FRIAT

Fångarna på fortet

TV4, 2014-02-08

Beslut 14/00397

Inslaget innehöll ett tävlingsmoment där karaktären Papá Fouras ställde en gåta till två deltagare. Efter att Papá Fouras hade ställt frågan bröts inslaget. En vinjett och ett annonsavbrott följde. Efter pausen spelades en vinjett upp igen och det redogjordes för poängställningen i tävlingen.

Granskningsnämnden konstaterade att scenen som föregick annonsavbrottet inte fortsatte när sändningen av programmet återupptogs. Då lämnades i stället en redogörelse av poängställningen i tävlingen. Pausen kom enligt nämnden således i ett skeende av programmet där det även utan avbrott för annonser skulle ha skett ett avbrott i programmens kontinuitet. Inplaceringen av annonsavbrottet stred därför inte mot radio- och tv-lagen.

Ishockey: Slutspel 2011

TV4, 2011-04-09

Beslut 11/00927 och 953

Under den aktuella sändningen av en ishockeymatch gjordes avbrott för annonser under pågående spelperioder. Granskningsnämnden konstaterade att avbrotten förekom i samband med avblåsningar och att matchen återupptogs efter annonsavbrotten. Enligt nämndens mening fick de aktuella pauserna anses vara sådana naturliga pauser där det är tillåtet att göra ett avbrott för annonser. Inplaceringen av annonser i de aktuella spelperioderna stred därmed inte mot radio- och tv-lagen.

1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram

FÄLLT

Pokémon

TV4, 2000-03-11

Beslut SB 198/00

Pokémon var en serie animerade filmer som byggde på ett Nintendospel med samma namn. I slutet av varje avsnitt – men före eftertexterna – sändes den så kallade Pokémon-rappen, i vilken olika figurer från serien presenterades. Rappen innehöll bland annat uppgifter om att det fanns 150 Pokémon-figurer och en uppmaning att ”fånga, fånga, fånga allihop, fånga allihop” samt texten ”Gotta catch ‘em all!”.

Enligt granskningsnämnden uppkom ett inte obetydligt gynnande av Pokémon-anknutna produkter genom att en serie med samma namn visades i nationell tv. Detta gynnande fick dock accepteras, eftersom det inte vore rimligt att ett tv-program som utgick från kända karaktärer/figurer inte skulle få ha samma namn som dessa. Nämnden ansåg emellertid att Pokémon-rappen hade utformats på sådant sätt att den framstod som ett rent reklamslag för Pokémon-figurerna och de artiklar som anknöt till dem. Eftersom rappen sändes i anslutning till ett barnprogram bröt TV4 AB mot bestämmelsen i radio- och tv-lagen. Nämnden ansåg att det även för TV4 AB måste ha varit klart att slaget hade utformats som reklam.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 200 000 kronor (förvaltningsrättens mål nr 11248-00).

Det kan också nämnas att Marknadsdomstolen på talan av Konsumentverket/KO förbjöd TV4 AB vid vite av 200 000 kronor att medverka till marknadsföringen av Pokémon-produkter på det sätt som skedde i Pokémon-rappen eller på väsentligen samma sätt. Enligt Marknadsdomstolen stred rappen mot barnre-

klamförbudet i radio- och tv-lagen, vilket ”måste ha kunnat konstateras av TV4 AB som programföretag utan någon mera ingående granskning”.

FÄLLT

Madicken på Göta Lejon

TV4, 1994-05-22, kl. 17.45

Beslut SB 48/94

Efter programmet *Madicken på Göta Lejon* sändes först trailrar för kommande program under cirka en och en halv minut och därefter ett reklamblock. TV4 AB anförde i sitt yttrande i ärendet att *Madicken på Göta Lejon* inte var ett program som huvudsakligen vände sig till barn under tolv år utan en teaterföreställning för hela familjen. Enligt till yttrandet bifogad programstatistik var mindre än en tredjedel av programmets tittare barn i åldern 3–11 år. TV4 AB anförde vidare att reklamsändningen föregicks av programtrailrar och att den således inte förekom omedelbart efter *Madicken på Göta Lejon*.

Granskningsnämnden ansåg att programmet *Madicken på Göta Lejon*, oavsett att detta också sågs av många äldre tittare, var ett program som till sitt innehåll huvudsakligen vände sig till barn under tolv år. TV4 AB bröt därför mot gällande regler genom att sända reklam i anslutning till detta program. Det förhållandet att reklamsändningen föregicks av några programtrailrar ledde enligt nämnden inte till någon annan bedömning.

FRIAT

Shrek

TV4, 2007-08-17, kl. 20.00

Beslut SB 695/07

Shrek var en amerikansk animerad långfilm om det gröna träsktrollet Shrek, vars träsk plötsligt invaderades av en mängd välkända sagofigurer. Filmen var sponsrad och annonser förekom såväl före som under filmen.

Granskningsnämnden konstaterade att det förhållandet att en film var animerad inte med automatik innebar att den huvudsakligen vände sig till barn. Enligt nämnden innehöll *Shrek* flera inslag med klart parodisk och ironisk karaktär som riktade sig till en mer vuxen publik. Mot bakgrund av detta samt att filmen sändes på originalspråk vid en tidpunkt då tv-publiken normalt utgörs av både barn, ungdomar och vuxna, ansåg nämnden att TV4:s sändning av filmen inte huvudsakligen vände sig till barn under tolv år. Därmed stred inte annons-sändningarna och sponsringen av programmet mot gällande bestämmelser.

Nickelodeon Kids Choice Awards

TV4, 2006-01-07, kl. 16.30

Beslut SB 372/06

Programmet *Nickelodeon Kids Choice Awards* var en prisutdelning i form av en gala. Till galan hade barn mellan 7 och 14 år röstat fram det gångna årets främsta idrottsutövare, skådespelare, artister, bästa tv-spel och tecknade serie. Ett av priserna, årets hjältar, delades ut av en särskild jury bestående av sex barn. Under programmet sjöng kända artister och programledaren intervjuade några av vinnarna i de olika kategorierna. I tv-tablån inför programmet stod det att det var en gala för barn och på TV4:s hemsida stod bland annat att det var ”barnens egen gala” och ”världens största gala för barn”. Under programmet, som också var sponsrat, förekom två annonsavbrott.

Granskningsnämnden konstaterade att det fanns flera indikationer på att programmet var avsett för barn, bland annat att det var barn som röstat fram vinnarna i programmet. Med hänsyn till programmets innehåll ansåg dock nämnden – med viss tvekan – att det inte kunde anses ha varit avsett för i huvudsak målgruppen barn under tolv år. Annonsavbrotten och sponsringen av programmet stred därför inte mot bestämmelserna i radio- och tv-lagen och sändningstillståndet.

Tsatsiki, morsan och polisen

TV4, 2003-12-12, kl. 20.00

Beslut SB 824/04

Långfilmen *Tsatsiki, morsan och polisen* handlade om den åttaårige pojken Tsatsiki och hans önskan att få träffa sin grekiske pappa. Vid sändningen i TV4 gjordes tre annonsavbrott i filmen.

Sändningen anmäldes av filmens upphovsmän som ansåg att filmens upplevelsevärde förstörts genom avbrotten. De ansåg också att filmen huvudsakligen vände sig till barn under tolv år.

Enligt granskningsnämnden framgick det av utredningen i ärendet att uphovsmännen ansett att filmen i första hand skulle vända sig till barn. Detta innebar dock inte att sändningen i TV4 med automatik kunde anses huvudsakligen vända sig till barn under tolv år på det sätt som avses i radio- och tv-lagen. En mer relevant omständighet var att filmen sändes vid en tidpunkt då tv-publiken normalt utgörs av både barn, ungdomar och vuxna. Nämnden fann därför att

sändningen av filmen inte huvudsakligen vände sig till barn under tolv år i radio och tv-lagens mening.

Granskningsnämnden konstaterade att annonsavbrotten i filmen hade placerats vid sådana scenförändringar då handlingen skiftat miljö. Ett av avbrotten var visserligen placerat i ett händelseförlopp som skildrade Tsatsikis förberedelser för en fest. Vid en helhetsbedömning ansåg dock nämnden – även med beaktande av upphovsmännens ideella rättigheter – att samtliga avbrott hade placerats på ett sätt som överensstämde med radio- och tv-lagen.

1.3. UTFORMNING AV ANNONSSIGNATUR

(8 kap. 5 § och 15 kap. 1 § radio- och tv-lagen)

Före och efter varje annonsering i tv-sändningar och i beställ-tv ska det förekomma en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från det övriga innehållet. Signaturen ska bestå av både ljud och bild.

Före och efter varje ljudradiosändning av annonser ska det sändas en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar.

FÄLLT

Annonssignaturer i analog kommersiell radio

2017-05-26 och 05-29

Beslut 17/01453 – 01462

Efter ett antal initiativbeslut under 2017 om granskning av vissa sändningar i analog kommersiell radio fälde granskningsnämnden vid flera tillfällen sändningar i kommersiella radiokanaler där de korta ljudsignaturerna före och efter reklamavbrotten inte skiljde annonserna från övriga sändningar på ett tillräckligt tydligt sätt. Reklamavbrotten var i de flesta av dessa fall omgärdade av en kort melodi, en kort ljudslänga med gitariff och trumslag eller ett kort plingande ljud.

I fyra fall beslutade granskningsnämnden att ansöka hos förvaltningsrätten om påförande av en särskild avgift om 25 000 kronor för överträdelsen av bestämmelsen om annonsSignatur. Förvaltningsrätten biföll nämndens ansökningar (förvaltningsrättens mål nr 14112-18, 14113-18, 14925-18 och 14947-18).

Sändningar med presentation av en reklamfilm

TV4, 2016-01-21

Beslut 16/00189

Cirka tio minuter in i ett program sändes en annonssignatur i form av en melodislinga och texten ”reklam” som visades i bild. Någon sekund efter det att melodislingan startade hördes en speakerröst som, parallellt med melodislingan och det att ordet reklam visades i bild, sa följande.

Nu är det premiärdags för reklamfilmen som också påminner oss om att tillsammans blir vi bättre.

Därefter visades en reklamfilm för Volvo som upptog hela avbrottet för annonser.

Granskningsnämnden konstaterade att det aktuella annonsblocket föregicks av en signatur som bestod av en melodislinga och bild. Under den största delen av melodislingan och när ordet reklam syntes i bild hördes en röst, som enligt TV4 AB:s yttrande tillhörde programpresentatören. Tiden var mycket kort mellan det att enbart melodislingan hördes då också ordet reklam visades, och det att programpresentatörens röst förekom parallellt med melodislingan och bilden. Nämnden ansåg att detta medförde att annonssignaturen inte på ett tillräckligt tydligt sätt skiljde reklamen från det redaktionella innehållet. Nämnden fann därför att överträdelse skett av bestämmelsen om annonssignatur. Nämnden fann dock inte skäl att denna gång ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen av bestämmelsen om annonssignatur.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.15. Övrigt.

Se senaste dragningen från Eurolotto m.m.

Aftonbladet webb-tv, 2012-03-30

Beslut 12/00778

Programmet som bestod av en lottodragning var en annons. Under de första 26 sekunderna av programmet syntes texten ”Annons: Klippet startar om 26 sekunder” i bildens övre hörn. Det fanns ingen signatur i ljud som talade om att det var en annons. Granskningsnämnden konstaterade att det inte förekom någon signatur i ljud och bild före och efter annonseringen. Tillhandahållandet av annonsen stred därför mot bestämmelsen om annonssignatur.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.1. Konsumentupplysning.

East FM 100,9 i Norrköping

2017-05-26

Beslut 17/01463

Annonsblocken var omgärdade av signaturer där det sades ”Be right back. Reklam.” och ”You’re listening to East FM. It’s good to be back.” Granskningsnämnden ansåg att annonssignaturerna som sändes före respektive efter annonserna tydligt skiljde annonserna från de övriga sändningarna. Sändningarna stred därför inte mot bestämmelsen om annonssignatur.

1.4. PERSONER SOM INTE FÅR FÖREKOMMA I ANNONSER

(8 kap. 9 § och 15 kap. 4 § radio- och tv-lagen)

Personer som spelar en framträdande roll i program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer får inte förekomma i annonser.

Ansvar för att övervaka att bestämmelserna följs är delat mellan Konsumentverket/KO (reklam) och granskningsnämnden för radio och tv (andra annonser).

FÄLLT

Annons för Hjärt-Lungfonden

TV4, 2007-11-22

Beslut SB 425/08

Ett annonsblock i TV4:s morgonsändning avslutades med ett inslag där programledaren för *Nyhetsmorgon* lördag uppmanade tittarna att skänka pengar till Hjärt-Lungfonden. Efter en beskrivning av bristen på pengar för hjärtforskning sa han följande.

Jag har bestämt mig. Jag vill vara med och ändra på det. Därför ger jag några hundralappar till Hjärt-Lungfonden. Och det tycker jag du också kan göra. Lyft luren nu! Ring in din gåva till [telefonnummer]. Utan dig ingen forskning.

Inslaget avslutades med en skylt med Hjärt-Lungfondens telefon- och postgiro-nummer åtföljt av följande speakertext.

Hjärtsjukdomarna ska besegras. Ring Hjärt-Lungfonden, [telefonnummer]. Din gåva gör skillnad. Ring nu.

Granskningsnämnden ansåg att det aktuella informationsmeddelandet från Hjärt-Lungfonden med hänsyn till dess utformning var tvunget att betraktas som en annons i radio- och tv-lagens mening. Budskapet i annonsen framfördes av programledaren för *Nyhetsmorgon* lördag, det vill säga av en sådan person som avses i bestämmelsen i 8 kap. 9 § radio- och tv-lagen. Utformningen av annonsen stred därför mot denna bestämmelse.

1.5. ANNONSERING MED DELAD SKÄRM

(8 kap. 10 § radio- och tv-lagen)

Annonsering med delad skärm får förekomma i tv-sändningar som består av direktsända evenemang som pågår utan avbrott. Annonsering i form av egenreklam med delad skärm får förekomma även i andra tv-sändningar. Annonsering med delad skärm får förekomma i beställ-tv.

Annonsering med delad skärm får inte förekomma om den kränker programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter.

FRIAT

Barn med sjätte sinne

Sjuan, 2017-03-15

Beslut 17/01129

Programmet handlade om barn som påstods ha kontakt med andar. Efter eftertexterna visades ett musiklagt montage där deltagarnas liv efter inspelningen av programmet följdes upp i text och bild. Montaget innehöll inget tal och var cirka 40 sekunder långt. Under cirka tio sekunder visades en skylt med texten ”Strax Skenet bedrar” i bildens ena hörn samtidigt som en speakerröst sa följande.

Nu lämnar vi de övernaturliga fenomenen för i afton och avrundar kvällen tillsammans med Skenet bedrar strax.

Granskningsnämnden ansåg att skyltens utformning, placering och den tid som den exponerades i bild samt den pålagda speakerrösten inte innebar någon kränkning av programmets integritet och värde eller av rättighetshavarnas rättigheter i strid med bestämmelsen i 8 kap. 10 § radio- och tv-lagen. I denna bedömning vägde nämnden in att det i den aktuella montagesekvensen inte förekom något tal.

Matiné: Sommarnattens leende och Försök inte med mig

SVT1, 2012-07-16 och 07-24

Beslut 12/01543

I filmerna *Sommarnattens leende* och *Försök inte med mig* förekom skyltar som innehöll texten ”SVT1 Strax Rapport” under filmernas slutscener. Skyltarna visades i bildens övre vänstra hörn under sju sekunder vardera.

Granskningsnämnden fann, med viss tvekan, att placeringen av skyltarna i de aktuella scenerna inte innebar en sådan kränkning av programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter att sändningarna stred mot bestämmelsen i 8 kap. 10 § radio- och tv-lagen. Tre ledamöter var skiljaktiga och ville fälla sändningarna.

The Hour

SVT1, 2011-08-17

Beslut 11/02175

I ett avsnitt av den brittiska dramaserien *The Hour* förekom två skyltar vid två olika tillfällen. Cirka fem minuter in i programmet visades en skylt i bildens övre vänstra hörn. Skylten innehöll en bild på en person och texten ”Maestro SVT1 måndag 20.00”. Skylten visades under sju sekunder. I samband med eftertexterna, cirka 59 minuter in i programmet, visades en skylt i bildens övre vänstra hörn. Skylten innehöll texten ”Strax Undercover boss”. Skylten visades under sju sekunder.

Granskningsnämnden ansåg att skyltarnas utformning, placering och den tid som de exponerades i bild inte var av sådan karaktär att de innebar någon kränkning av programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter. Placeringen var därför förenlig med bestämmelsen i 8 kap. 10 § radio- och tv-lagen.

1.6. VIRTUELL ANNONSERING

(3 kap. 1 § p. 19 och 8 kap. 11 § radio- och tv-lagen)

Med virtuell annonsering avses sändning av meddelanden som på elektronisk väg fogas in i tv-bilden på fasta föremål, som normalt används för annonser, eller på marken där annonser kan placeras ut fysiskt.

Virtuell annonsering får förekomma i sportevenemang i tv-sändningar och beställ-tv om annonseringen inte:

- är mer framträdande än den annonsering som normalt förekommer på platsen eller på något annat sätt inverkar störande på möjligheterna att uppfatta programmet, eller
- innebär att programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter kränks.

Före och efter varje program som innehåller virtuell annonsering ska leverantören av medietjänster på lämpligt sätt upplysa om att sådan annonsering förekommer. Informationen ska bestå endast av en neutral upplysning om att det förekommer virtuell annonsering i programmet.

1.7. ELEKTRONISKA FÖRETAGSSKYLTAR

(8 kap. 12 § radio- och tv-lagen)

I sport- och tävlingsprogram i tv-sändningar och beställ-tv får namnet på eller logotypen för det eller de företag som tillhandahållit nödvändig utrustning eller tjänster som är nödvändiga för att producera information om resultat, matchställning eller dylikt fogas in i tv-bilden elektroniskt om följande villkor uppfylls.

1. Företagsnamnet eller logotypen visas i samband med leveransen av den information som företaget i fråga tillhandahållit.
2. Programföretaget eller leverantören av beställ-tv får inte någon ersättning för visningen.
3. Företagsnamnet eller logotypen förenas inte med ljud och tar bara upp en liten del av bilden.
4. Företagsnamnet eller logotypen visas i rimlig omfattning.

FÄLLT

Nordea Masters

SVT1, 2016-06-02

Beslut 16/01857

Sändningen var från golfturneringen *Nordea Masters*. I samband med tre olika animationer som bland annat visade var golfspelarnas bollar befann sig på banan och golfbollens bollbana visades även elektroniska skyltar med Emirates respektive

Rolex och företagens logotyper. SVT uppgav bland annat att företagen var sponsorer av de grafiska lösningarna och den virtuella grafiken, vilket innebar att företagen finansierade de tekniska lösningar som möjliggjorde grafiken.

SVT hade inte gjort gällande att Rolex och Emirates i enlighet med 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen skulle ha tillhandahållit nödvändig utrustning eller tjänster som är nödvändiga för att producera information om resultat, matchställning eller dylikt. Granskningsnämnden bedömde därför att skyltarna inte var sådana skyltar som avses i bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

Mot bakgrund av att det inte stod klart i ärendet om det var fråga om sponsring av avgränsade delar av programmet ansåg nämnden att förekomsten av logotyperna i de aktuella skyltarna skulle bedömas utifrån bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Enligt nämnden innebar förekomsten av företagslogotyperna i de aktuella skyltarna ett gynnande av de aktuella företagen. Förekomsten av logotyperna fick enligt nämndens mening anses vara säljfrämjande och kunde inte anses vara motiverad av något informations- eller underhållningsintresse. Sändningen stred därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för överträdelsen. Kammarrätten biföll dock SVT:s överklagande och upphävde förvaltningsrättens dom. Kammarrätten ansåg att exponeringen av logotyperna i och för sig hade inneburit ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. Kammarrätten beaktade emellertid bland annat att överträdelsen skedde i en direktsändning av en internationell produktionssignal vilken inte producerades av SVT, att SVT vidtagit åtgärder för att på förhand säkerställa att grafiken låg inom ramen för de regler som gäller och att SVT – efter upptäckten av överträdelsen – så snart det var möjligt vidtagit åtgärder för att Rolex logotyp skulle tas bort, vilket också skedde under sändningarna de kommande dagarna. Att åtgärder vidtagits både innan sändningen och för att avbryta exponeringen medförde enligt kammarrätten att överträdelsen inte hade en tydlig karaktär av nonchalans. Mot bakgrund av detta fann kammarrätten att det inte kunde anses proportionerligt att påföra SVT en särskild avgift för överträdelsen (kammarrättens mål nr 7468-17).

FÄLLT

Nordea Masters

SVT1, 2013-05-30

Beslut 13/01842

Sändningarna var från golfturneringen *Nordea Masters*. I inledningen av den första sändningen och under sammandraget av turneringen visades en tävlingsvinjett i vänstra hörnet med texten *Nordea Masters* och en logotyp. I sändningarna visades elektroniska skyltar med information om bland annat väderförhåll-

landen, golfspelarnas namn och spelarnas resultat. I de elektroniska skyltarna visades banken Nordeas logotyp i ena hörnet. Bankens logotyp exponerades i över 30 minuter under de fem timmar långa sändningarna.

Granskningsnämnden konstaterade att skyltarna inte var sådana som avses i bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar eftersom banken inte tillhandahållit nödvändig utrustning eller tjänster som är nödvändiga för att producera informationen som visas i samband med de elektroniska skyltarna. Nämnden ansåg att den omfattande exponeringen av bankens varumärke stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande, men att det denna gång inte fanns skäl att ansöka om att SVT skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

Ishockey-VM: Schweiz - Kanada

TV4, 2013-05-05

Beslut 13/01159

I ishockey-VM-matchen mellan Schweiz och Kanada förekom elektroniska skyltar med varumärket Samsung i sex reprisvisningar. Av TV4 AB:s yttrande framgick att Samsung var teknikleverantör till sändningen. Granskningsnämnden ansåg inte att reprisvisningar var det som avses i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen som ”information om resultat, matchställning eller dylikt”. Nämnden ansåg därför att exponeringen av Samsungs varumärke stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.15. Övrigt.

FRIAT

FÄLLT

Längdskidor: Världscupen

SVT1, 2017-01-06

Beslut 17/00551

Sändningen, som var en direktsändning från herrarnas femte etapp i Tour de ski, innehöll flera olika elektroniska skyltar. Vid ett flertal tillfällen visades Polars logotyp i en elektronisk skylt i samband med att åkarnas placeringar redovisades när de passerade en mellantid eller gick i mål. Logotypen visades cirka 4 sekunder vid varje tillfälle. I samband med att tävlingens startlista, mellantider och resultatlistor visades i bild syntes en elektronisk skylt med Viessmanns logotyp. Det skedde vid fem tillfällen och exponeringen var mellan cirka 19 och 48 sekunder per tillfälle.

Granskningsnämnden fann inte någon anledning att ifrågasätta SVT:s uppgift att Polar tillhandahöll tjänster som var nödvändiga för tidtagningen. Logotypen för företaget visades i samband med information om åkarnas placeringar vid mellantider och målgång. Logotypen tog upp en liten del av bilden och fick anses ha visats i rimlig omfattning. Nämnden kunde därför, och mot bakgrund av vad SVT uppgett om att det inte utgått någon ersättning för visningen, inte finna att sändningen i denna del stred mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

Vad gäller skyltarna med logotypen för Viessmann hade SVT inte gjort gällande att företaget skulle ha tillhandahållit sådana tjänster som omfattas av bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar. Det hade inte heller i övrigt framkommit uppgifter i ärendet som talade för att så var fallet. Vad SVT anförde om att Viessmann varit titelsponsor till evenemanget innebar inte någon rätt enligt bestämmelsen att infoga företagets logotyp i start- och resultatlistor. Förekomsten av logotypen bedömdes därför inom ramen för bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Skylten med Viessmanns logotyp som visades vid flera tillfällen bestod endast av just företagets logotyp. Logotypen visades på en liten del av bilden under en förhållandevis kort tid, men den var placerad så att den syntes tydligt. Förekomsten av logotypen var inte motiverad av ett informations- eller underhållningsintresse. Sändningen stred därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten avlog granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för överträdelsen av bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 9716-18).

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.11. Hänvisning till webbplatser och sociala medieplattformar.

FRIAT

FÄLLT

Gothenburg Horse Show

SVT1, 2013-04-25

Beslut 13/01085

Sändningen var ett sammandrag från världscupfinalen i hoppning. Under sändningen visades en tävlingsvinjett vid 23 tillfällen med tävlingens officiella namn ”Rolex FEI, World Cup Jumping Final, Göteborg”. Vinjetten täckte nästan hela bilden och halva vinjetten bestod av Rolex logotyp.

Granskningsnämnden ansåg att de elektroniska skyltarna med Rolex logotyp som visades i samband med tidtagning, ryttarens placering och resultatid samt

resultatlistor var sådana elektroniska företagsskyltar som avses i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen eftersom företaget tillhandahållit de statistikuppgifter som redovisades i sändningarna. Även övriga kriterier i bestämmelsen bedömde nämnden vara uppfyllda, genom att företagsnamnet eller logotypen visades i samband med leveransen av den information som företaget tillhandahållit, att visningen inte förenats med ljud och bara tog upp en liten del av bilden. Vad gäller frågan om skyltarna visats i rimlig omfattning konstaterade nämnden att SVT anfört att bolaget haft att följa det regelverk som tillämpas inom ramen för EBU. Av förarbetena framgår att omfattningen som överenskommits genom EBU:s medverkan normalt bör kunna accepteras. Nämnden bedömde att skyltarna visats i rimlig omfattning. Visningen av de aktuella skyltarna stred därför inte mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

Granskningsnämnden ansåg däremot att exponeringen av tävlingsvinjetten med Rolex logotyp innebar ett gynnande som inte kunde motiveras av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

Friidrott: VM och Friidrott: VM-magasinet

SVT1 och SVT2, 2015-08-22-08-28

Beslut 15/02338

Sändningarna bestod av direktsändningar samt studiosamtal från friidrotts-VM år 2015. Under sändningarna visades upprepade gånger elektroniska skyltar med räkneverk respektive resultat av tävlingarna. I samband med detta syntes två logotyper. Logotyperna var synliga i upp till fem sekunder vid de tillfällen som räkneverken respektive resultaten visades.

Granskningsnämnden konstaterade i fråga om logotyperna på skyltarna med räkneverk och resultat att dessa kännetecknade två företag som tillhandahållit tjänster som varit nödvändiga för att producera information om tidtagning, poäng och resultat i de aktuella sändningarna och att logotyperna visades i samband med tillhandahållandet av informationen. Logotyperna fick även anses ha visats i rimlig omfattning. Nämnden kunde mot den bakgrunden, och mot bakgrund av vad SVT uppgett i ärendet bland annat om att det inte utgått någon ersättning för visningen, inte finna att sändningarna stred mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden.*

> *Nämnden har prövat samma frågeställning i beslut 15/01777.*

Eurovision Song Contest: Semifinal 1 och Semifinal 2

SVT1, 2015-05-19 och 05-21

Beslut 15/01355

Sändningarna var två av totalt tre delar av musiktävlingen *Eurovision Song Contest* som direktsändes från Wien i Österrike. Sändningarna utgjorde två semifinaler i tävlingen. I samband med att resultatredovisningen skedde visades en elektronisk skylt med en uppräkningslista av de tävlande länderna. I det nedre högra hörnet av skylten syntes en logotyp för Microsoft. Logotypen var synlig i bild under cirka 30 sekunder i vardera sändning.

Granskningsnämnden konstaterade i fråga om logotypen på resultatavlorna att denna kännetecknade ett företag som tillhandahållit tjänster som varit nödvändiga för att producera information om resultaten i de aktuella sändningarna och att logotypen visades i samband med tillhandahållandet av informationen. Logotypen fick även anses ha visats i rimlig omfattning. Sändningarna stred därmed inte mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 3.8.3. Annan varumärkesexponering.*

Eurovision Song Contest 2013

SVT1, 2013-05-18

Beslut 13/01271

I finalen av *Eurovision Song Contest 2013* exponerades en elektronisk skylt med texten TeliaSonera i programmet under deltagarländernas omröstning. När omröstningsresultaten redovisades syntes texten TeliaSonera en gång för varje deltagande land, totalt 39 gånger à 5 sekunder. Den elektroniska skylten syntes i det högra hörnet och förenades inte med ljud. TeliaSonera tillhandahöll de telefon- och dataförbindelser som var avgörande för att genomföra omröstningen och resultatrapporteringen i tävlingen. SVT fick ingen ersättning för visningen av texten.

Granskningsnämnden ansåg att den elektroniska skylten TeliaSonera var en sådan skylt som avses i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen eftersom företaget tillhandahållit de telefon- och dataförbindelser som var nödvändiga för att genomföra omröstningen och resultatrapporteringen. Även övriga kriterier i bestämmelsen bedömde nämnden vara uppfyllda, genom att exponeringen av företagsnamnet eller logotypen inte förenats med ljud, bara tog upp en liten del av bilden och endast visats i rimlig omfattning då den visades en gång i samband med omröstningsresultat för varje deltagande land. Programföretaget hade inte heller fått någon ersättning för visningen. Visningen av skylten för TeliaSonera stred därför inte mot bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

1.8. ÖVRIGT

1.8.1. Interaktiva tv-sändningar

FRIAT

FÄLLT

Digitalsändningarna i eTV

2001-05-14 och 07-11

Beslut SB 398/01

Digital-tv-kanalen eTV:s sändningar bestod av ett blandat utbud av olika interaktiva tjänster och vanligt programinnehåll. Granskningsnämnden prövade till att börja med frågorna om radio- och tv-lagens tillämplighet på eTV:s interaktiva tjänster och hur lagens annonsregler skulle tillämpas på kanalens samlade sändningar.

Nämnden fann att eTV:s interaktiva tjänster innehöll inslag av tv-sändningar riktade till allmänheten som omfattas av radio- och tv-lagen. Vidare fann nämnden att eTV:s samlade sändningar inte kunde betraktas som ren köp-tv för vilka särskilda annonsregler gäller. Av denna bedömning följde att eTV:s sändningar därmed omfattades av de vanliga bestämmelserna om annonser i radio- och tv-lagen.

Vid granskningen av eTV:s sändningar konstaterade nämnden att programinnehållet varvades med enskilda reklaminslag, vissa så korta som tio sekunder, utan att annonssignaturer förekom. Vidare konstaterades att reklamskyltar utan annonssignaturer visades dels varje gång kanalen sattes på, dels i anslutning till eTV:s icke-kommersiella vädertjänst. Nämnden fann att eTV härigenom brutit mot bestämmelserna om annonsmarkering, kortaste tillåtna annonstid och annonsers placering i den del av sändningarna som bestod av annat än interaktiva handelstjänster.

Vad gällde annonsreglernas tillämplighet på eTV:s interaktiva handelstjänster uttalade nämnden att skälen bakom regleringen av annonser i traditionella tv-program inte gjorde sig gällande i fråga om interaktiva handelstjänster. Tittaren hade här själv efterfrågat annonserna och något programinnehåll i egentlig mening som kunde störas av reklam fanns som regel inte. Enligt grunderna för regleringen borde denna därför inte anses tillämplig på interaktiva handelstjänster. Av detta följde att reglerna om största tillåtna annonsvolym med mera inte kunde tillämpas på eTV:s interaktiva handelstjänster.

1.8.2. Reklam utformad som ett program

FRIAT

Reklaminslag för AMF Pension

TV4, 2000-10-22

Beslut SB 49/01

Inslaget var cirka fem minuter långt och inleddes med att en person i en studio-liknande miljö hälsade välkommen till ”ett program som kommer att besvara många utav dina frågor vad det gäller det pågående premiepensionsvalet”. Ett antal personer som filmats i olika miljöer ställde herefter olika frågor om premiepensionsvalet som besvarades av två företrädare för AMF Pension. Avslutningsvis visades skyltar med AMF Pensions telefonnummer, webbadress med mera. Tre anmälare ansåg att den aktuella reklamfilmen hade utformats på ett sådant sätt att den framstod som ett redaktionellt inslag.

Granskningsnämnden konstaterade att reklaminslaget inleddes och avslutades med de signaturer som TV4 normalt använde för sina annonssändningar. Nämnden kunde därför inte finna att inslaget stred mot tillämpliga bestämmelser i radio- och tv-lagen.

Inslaget prövades senare av Marknadsdomstolen på talan av KO. Domstolen ansåg att överträdelse skett av bestämmelsen om reklamidentifiering i marknadsföringslagen och förbjöd AMF Pension Fondförvaltning AB vid vite av 400 000 kronor att utforma reklam på detta eller annat liknande sätt.

1.8.3. Ideella bidrag till programverksamhet

FRIAT

Nordisk TV Mission m.fl.

Kanal 10, 2005-04-18

Beslut SB 132/06

I de granskade sändningarna visades bland annat programmet *Nordisk TV Mission* som handlade om givande. I ett fem minuter långt inslag uppmanade programledaren tittarna att be för Kanal 10 och att skänka pengar till kanalen så att man skulle ha råd att betala sina sändningskostnader. Att på detta sätt be tittarna om ideella bidrag till programföretagets verksamhet kunde enligt granskningsnämnden inte anses utgöra reklam och omfattades därmed inte av annonsreglerna i radio och tv-lagen.

1.9. UNDANTAG FRÅN ANNONS- OCH REKLAMREGLERNA

SVT, SR och UR får enligt sina sändningstillstånd inte sända reklam. Förbudet omfattar dock enligt sändningstillstånden inte reklam för programföretagets egen programverksamhet eller för programverksamhet från något av de andra två programföretagen, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till kanalernas program.

För övriga kanaler gäller annonsreglerna i radio- och tv-lagen inte för sådan reklam som den sändande gör för sin egen programverksamhet.

1.9.1. Reklam för utbildningsmaterial m.m.

FÄLLT

Salve

SVT2, 1997-06-09 och 06-13

Beslut SB 472/97

Under sommaren 1997 sände SVT en programserie för barn och ungdom kallad *Salve*, vilken utspelade sig i medeltidsmiljö. De tre första programmen innehöll ett reklaminslag för en sommarkalender som hade producerats för programserien.

Av inslaget framgick bland annat hur mycket kalendern kostade och att den endast kunde köpas på Posten.

Granskningsnämnden konstaterade att den bestämmelse i sändningstillståndet som undantagsvis tillåter SVT att göra reklam för utbildningsmaterial eller andra liknande produkter inte kunde läsas så att det skulle vara tillåtet för bolaget att göra reklam för varje produkt med anknytning till ett program. Samtidigt kunde bestämmelsen inte läsas så snävt att endast kurslitteratur i egentlig bemärkelse skulle omfattas av undantaget. Enligt nämnden borde det till exempel vara möjligt för SVT att i sina sändningar lämna upplysningar om sådant informationsmaterial med anknytning till ett visst program som bolaget förmedlar mot självkostnadspris.

Nämnden ifrågasatte inte att sommarkalendern hade en direkt anknytning till programserien *Salve*. Vidare konstaterade nämnden att såväl kalenderns baksida som de faktakort som följde med innehöll viss tilläggsinformation om programseriens tema, vilken till viss del kunde jämföras med utbildningsmaterial. Å andra sidan kunde det lottkort som följde med kalendern inte i något som helst avseende betraktas som utbildningsmaterial, utan dess enda funktion var att göra det möjligt att delta i den teleföntävling som förekom i programmen. Reklaminslaget innehöll inte heller någon information om kalenderns eller tillbehörens karaktär av utbildningsmaterial, utan fokus låg i stället på just lottkortet. Mot

denna bakgrund fann nämnden vid en samlad bedömning att inslaget var ett sådant reklaminslag som SVT inte får sända.

Nämnden ansåg vidare att inslaget genom sin utformning medförde ett kommersiellt gynnande av Posten. Eftersom gynnandet hade förekommit i ett reklaminslag kunde det dock inte utgöra ett otillbörligt gynnande i radio- och tv-lagens mening. Nämnden ansåg emellertid att ett otillbörligt gynnande under de omständigheter som förelåg i ärendet var att betrakta som otillåten reklam för det företag som var föremål för gynnandet. Mot denna bakgrund fann nämnden att inslaget även hade utgjort otillåten reklam för Posten.

Det aktuella reklaminslaget prövades senare också av Konsumentverket/KO. Med hänsyn till den marknadsförda produkten, inslagets utformning och det sammanhang i vilket reklamen sändes ansåg Konsumentverket/KO det uppenbart att reklamen var riktad till barn under tolv år. Sedan SVT utfäst att inte upprepa förfarandet avslutade Konsumentverket/KO ärendet.

1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m.

(8 kap. 16 § och 15 kap. 7 § radio- och tv-lagen)

Bestämmelserna om bland annat annonstid och annonssignaturer gäller inte för sådan reklam som en leverantör av medietjänster gör för sin egen programverksamhet.

FÄLLT

Trailer för annans program

Kanal Global, 2011-09-05

Beslut 11/02754

Efter information om Kanal Globals sida på Facebook visades en trailer för kommande filmer på kanalen TV4 Film. Något intresse som motiverade gynnandet av TV4 Film fanns enligt nämndens mening inte. Sändningen av trailern stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.11. Hänvisning till webbplatser och sociala medieplattformar.

FÄLLT

Kanon FM 98,6

2005-09-22

Beslut SB 365/06

Vid ett tillfälle i de granskade närradiosändningarna sa en röst följande.

Om jag hade ett företag skulle jag annonsera på Kanon FM.

Granskningsnämnden ansåg att detta uttalande måste ses som marknadsföring av Kanon FM som annonsorgan. Uttalandet var därmed att betrakta som en annons som borde ha sänts under markerad annonstid.

FRIAT

106,7 Rockklassiker

2017-05-26

Beslut 17/01454

En speakerröst pratade om en mobilapplikation och en podcast under sändningarna. Speakern sa bland annat följande.

*Podden som skärskådar och driver med svensk nöjesindustri [...].
Ladda ner Radioplay-appen och lyssna på Morronrocks [personnamn] och hans polare [personnamn] i Freakshow när och var du vill på Radioplay.*

Av tillståndshavarens yttrande framgick att Radioplay var koncernen Bauer Medias webbplatsform, att Rockklassiker Sverige AB ingick i koncernen samt att det gick att lyssna på radiostationen Rockklassiker via webbplatsformen. Under dessa omständigheter ansåg granskningsnämnden att det måste vara möjligt för Rockklassiker Sverige AB att hänvisa till Radioplay som en del av den egna programverksamheten. Förekomsten av hänvisningar till Radioplay – och till podcasten Freakshow – under sändningarna fick därmed anses utgöra egenreklam som undantas från bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 1.3. Utformning av annonssignatur.

FRIAT

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01458

Vid ett tillfälle under sändningarna nämndes Rix FM-appen (som var Rix FM:s digitala kanal), Rix FM Fresh (som var en underkanal till Rix FM) och I like Radio (som var MTG:s digitala radioplattform genom vilken lyssnarna kunde ta del av MTG:s radiokanaler på internet). Lyssnarna uppmanades då att kolla in stationen Rix FM Fresh på I like Radio genom Rix FM-appen.

Programföretaget, som var Kimtevilla HB, anförde att kanalerna och radioplattformen var delar av MTG:s och Rix FM:s programverksamhet och att omnämningarna av dessa utgjorde information om hur lyssnarna kunde ta del av programverksamheten.

Kimtevell HB anförde vidare att bolaget var ett dotterbolag till MTG Radio AB. Kimtevell HB var ett licensbolag vars verksamhet bestod av att inneha sändningstillståndet för 105,5 RIX FM Stockholm. All MTG Radio AB:s redaktionella radioverksamhet, således även det innehåll som producerades och sändes på 105,5 RIX FM Stockholm, bedrevs i det av MTG Radio AB helägda dotterbolaget Kilohertz AB, inom vilket även verksamheten för Rix FM-appen, Rix FM Fresh och I like Radio bedrevs. Kilohertz AB och Kimtevell HB var syskonbolag, direkt kontrollerade av MTG Radio AB.

Granskningsnämnden bedömde, mot bakgrund av det som framgick av programföretagets yttrande om ägandeförhållandena och det sätt på vilket radioverksamheten bedrevs mellan de tre angivna bolagen, där Kilohertz AB stod för all redaktionell radioverksamhet, att bolagens programverksamheter fick anses vara så pass integrerade att det varit möjligt för Kimtevell HB att i de aktuella sändningarna hänvisa till Rix FM-appen, Rix FM Fresh och I like Radio som att de vore en del av Kimtevell HB:s programverksamhet. Informationen som lämnades i detta avseende var därför egenreklam som undantas från bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.1.1. Största tillåtna annonsvolym, 1.3. Utformning av annonssignatur, 2.3.1. Början och slutet på ett program, 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden, 3.3.4. Skivor och 3.9. Vinstpresentationer.*

FRIAT

Nyheter och Sporten

TV4, 2015-09-11, 12-01 och 12-03 samt 2015-10-03
Beslut 15/02603 m.fl.

I beslutet uttalade granskningsnämnden bland annat att det måste vara möjligt för programföretag med flera programtjänster och plattformar att genom så kallad korstrailning, eller på annat sätt, informera tittarna om sitt samlade utbud. Nämnden ansåg även att det måste vara möjligt för programföretag vars programverksamheter är tillräckligt integrerade att hänvisa till varandras utbud som om utbudet vore del av de egna programverksamheterna.

Nämnden bedömde att TV12 och Fotbollskanalen ingick i TV4 AB:s programverksamhet och att hänvisningar till TV12 och Fotbollskanalen utgjorde egenreklam. Även information om podcasten Lundh, som gjordes av en TV4 AB-anställd och fanns tillgänglig på Fotbollskanalen, fick anses utgöra reklam för den egna programverksamheten och dess utbud. Förekomsten av dessa hänvisningar i sändningarna var därför förenliga med bestämmelserna i radio- och tv-lagen.

Mot bakgrund av vad TV4 AB anförde i ärendet om att TV4 AB och C More Entertainment AB, vid tidpunkten för sändningarna, var helägda av samma

bolag och att bolagen sedan länge hade ett mycket nära samarbete, fann nämnden vidare att TV4 AB:s och C More Entertainment AB:s programverksamheter var så pass integrerade att det var möjligt för bolagen att hänvisa till varandras utbud som om det vore del av den egna programverksamheten.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.2.2. Avbrott i nyhetsprogram.*

FRIAT

Nyheter

TV4, 2015-05-30

Beslut 15/01417

>> *Beslutet refereras i avsnitt 1.2.2. Avbrott i nyhetsprogram.*

FRIAT

Tack Håkan – trailer från Radiotjänst i Kiruna

SVT1, 2012-08-31

Beslut 12/01720

Inslaget bestod av bilder på en man som gick med en barnvagn på stan. Ett antal personer han inte kände gick förbi honom och sa ”Tack Håkan”. Så småningom syntes ett plakat med texten ”Säg tack till Håkan med barnvagnen! Han gör så det finns oberoende radio och tv”. Texterna ”Tack för att du betalar!” och ”Oberoende radio och tv är ingen självklarhet” samt en skylt för ”Radiotjänst” visades i slutet av inslaget.

Granskningsnämnden konstaterade att Radiotjänst i Kiruna AB är ett bolag som ägs gemensamt av de tre public service-bolagen SVT, SR och UR. Inslaget tog upp frågan om betalning och oberoende radio och tv. Budskapet handlade om innehållet i public service-bolagens programverksamhet i vidare mening och fick mot den bakgrunden anses utgöra reklam för egen programverksamhet i enlighet med SVT:s sändningstillstånd.

FRIAT

Trailer för Canal+

TV4 Plus, 2008-12-12

Beslut SB 481/09

I en trailer, som sändes utanför markerad annonstid i TV4 Plus, visades klipp från tre kommande filmer i Canal+ och en speakerröst sa bland annat ”Miss inte Canal+ lördagsfilmer. Canal+, mer än vanlig TV”. Under trailern stod

det Canal+ i bildens övre högra hörn och i slutet visades också filmkanalens webbadress i bild.

Mot bakgrund bland annat av att TV4 AB ägde Canal+ fann granskningsnämnden att programverksamheterna i TV4 och Canal+ var integrerade på ett sådant sätt att så kallad korstrailning mellan programtjänsterna kunde ske med stöd av radio- och tv-lagen. Inslaget kunde därmed inte anses strida mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

Information om SVT HD

SVT

Beslut SB 686/09

I SVT:s information om sin programtjänst SVT HD sa en speakerröst ”Programmet sänds även i SVT HD via Canal Digital, Com Hem och Viasat”. Samtidigt visades en skylt med motsvarande innehåll med en hänvisning till en webbadress hos SVT.

Granskningsnämnden konstaterade att inslaget endast innehöll kort och neutral information om SVT HD:s distributionskanaler. Nämnden ansåg att det gynnande som kunde ha uppkommit av de aktuella tv-operatörerna uppvägdes av informationsintresset.



2. SPONSRING

(3 kap. 1 § p. 14 radio- och tv-lagen)

Med sponsring menas ett bidrag som någon som inte tillhandahåller eller producerar ljudradio, tv-sändning, beställ-tv eller sökbar text-tv ger för att finansiera dessa medietjänster eller program i syfte att främja bidragsgivarens namn, varumärke, anseende, verksamhet, produkt eller intresse.

2.1. PROGRAM SOM INTE FÅR SPONSRAS

(7 kap. 1 § och 15 kap. 8 § radio- och tv-lagen)

Svenska tv-kanaler i marknätet får i enlighet med deras respektive sändningstillstånd och 7 kap. 1 § radio- och tv-lagen låta sponsra alla typer av program med undantag för nyhetssändningar och barnprogram. För övriga programföretag som till exempel sänder via radio eller satellit gäller att alla typer av program utom nyhetssändningar får sponsras.

Rätten att sända sponsrade program är dock begränsad ytterligare för SVT och SR i enlighet med deras sändningstillstånd. Sponsring får endast förekomma av program som innebär utsändning av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning där programföretaget är arrangör, under förutsättning att det är ett arrangemang inom ramen för ett åtagande gentemot Europeiska Radiounionen eller ett arrangemang av liknande betydelse samt att programmet direktsänds till flera länder. Sponsring får också förekomma i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang. Rätten för SVT att sända sponsrade evenemang är dock begränsad till högst 20 sådana evenemang per år.

UR får enligt sitt sändningstillstånd överhuvudtaget inte sända sponsrade program.

2.1.1. Nyhetsprogram

FÄLLT

Sporten och TV4Nyhetererna

TV4, 2016-10-19 och 11-08

Beslut 16/03135

>> *Beslutet refereras i avsnitt 1.2.2. Avbrott i nyhetsprogram.*

FÄLLT

Nyhetererna och Sporten

TV4, 2015-12-01 och 12-03 samt 2015-10-03

Beslut 15/02603 m.fl.

>> *Beslutet refereras i avsnitt 1.2.2. Avbrott i nyhetsprogram.*

FÄLLT

TV4Nyhetererna

TV4, 2015-11-24

Beslut 15/03244

I *TV4Nyhetererna* visades sponsringsmeddelanden före och efter ett inslag med sportnyheter. Granskningsnämnden fann att den aktuella sändningen var ett sådant program som huvudsakligen handlar om nyheter och som inte får sponsras enligt 7 kap. 1 § radio- och tv-lagen. Enligt nämnden stod det klart att programmet var sponsrat och programmet stred därför mot bestämmelsen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 150 000 kronor, varav 50 000 kr avsåg överträdelserna av bestämmelsen om förbud mot sponsring av program som huvudsakligen handlar om nyheter eller innehåller nyhetskommentarer (förvaltningsrättens mål nr 12918-16).

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 2.4.2. Bild- och ljudillustrationer.*

FÄLLT

RIX Finanstips

RIX 105,6 Luleå, 2001-06-08

Beslut SB 400/01

I sändningarna förekom ett inslag med rubriken *RIX Finanstips* som var sponsrat. Granskningsnämnden konstaterade att innehållet i *RIX Finanstips* var av ren

nyhetskaraktär och att sponsringen därför stred mot gällande regler.

> Nämnden fällde på samma grund sponsringen av Börsnyheterna i Radio Match 105,5 i Borås (SB 59/03).

2.1.2. Barnprogram

FRIAT

Shrek

TV4, 2007-08-17

Beslut SB 695/07

>> Beslutet refereras i avsnitt 1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram.

FRIAT

Nickelodeon Kids Choice Awards

TV4, 2006-01-07

Beslut SB 372/06

>> Beslutet refereras i avsnitt 1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram.

FRIAT

Tsatsiki, morsan och polisen

TV4, 2003-12-12

Beslut SB 824/04

>> Beslutet refereras i avsnitt 1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram.

2.1.3. Public service

FÄLLT

Snowmagasinet Richter

SVT2, 2005-02-07

Beslut SB 471/05 och SB 650/05

Programserien innehöll bland annat snowboardtävlingar, kringreportage och recensioner. De tävlingsinslag som förekom i det granskade programmet var dock mycket korta och utgjorde inte en betydande del av programmet. Granskningsnämnden ansåg därför att programmet inte var en sådan sportsändning som SVT får låta sponsra.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor. Kammarrätten avlog SVT:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 550-06).

FÄLLT

Hockeykväll

SVT2, 2004-12-13

Beslut SB 221/05

Programserien *Hockeykväll* speglade Elitserien i ishockey och ishockeylandslaget Tre Kronors matcher. Det aktuella avsnittet sändes vid en tidpunkt då Elitserien hade speluppehåll. En betydande del av innehållet i programmet handlade visserligen om Elitserien och den kommande turneringen Rosno Cup i Moskva, men programmet innehöll inga inslag från pågående sportevenemang. Granskningsnämnden ansåg det uppenbart att programmet vid detta tillfälle inte var en sådan sportsändning som SVT får låta sponsra.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor (förvaltningsrättens mål nr 14146-05).

FÄLLT

Svenska idrottsgalan 2002 och 2003

SVT1, 2002-01-14 och 2003-01-20

Beslut SB 249/02 och SB 236/03

Svenska idrottsgalan var en direktsänd galaföreställning från Globen i Stockholm. I programmet, som var sponsrat, delades priser ut för det gångna årets främsta idrottsprestationer. De personer eller lag som nominerats till de olika priserna presenterades i form av korta filmsekvenser från de tävlingar eller matcher där de hade utmärkt sig. Granskningsnämnden fann det uppenbart att denna prisutdelning, med däri ingående korta bildillustrationer från olika tävlingsarenor, inte utgjorde ett sådant sportevenemang som SVT får låta sponsra.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 175 000 kr för den otillåtna sponsringen av *Svenska idrottsgalan 2002*. Kammarrätten avlog SVT:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 465-03).

När det gällde *Svenska idrottsgalan 2003* ansökte nämnden om att SVT skulle betala en särskild avgift om 1 000 000 kronor. Förvaltningsrätten jämkade dock beloppet till 350 000 kronor. Kammarrätten delade förvaltningsrättens bedömning (kammarrättens mål nr 6949-04).

FÄLLT

Programserie om svenska kompositörer

SR P4, 2001-10-06 m.fl.

Beslut SB 120/02

SR sände under åren 1995–2001 ett hundratal timslånga intervjuprogram i en programserie om svenska kompositörer. Sedan uppgifter framkommit om att programserien delvis hade finansierats av Svenska Kompositörer Av Populärmusik (SKAP), som även hade tagit initiativ till programserien, beslutade granskningsnämnden att granska serien.

Mot bakgrund av de uppgifter SR lämnade i ärendet konstaterade nämnden att SKAP hade bidragit till kostnaderna för produktionen av programserien på sådant sätt att det måste betecknas som otillåten sponsring.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 150 000 kr. Kammarrätten avsåg SR:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 586-04). SR:s invändning att SKAP är en sådan kulturinstitution som SR enligt sitt sändningstillstånd ska samarbeta med underkändes av domstolen med motiveringen att sponsringsförbudet saknar undantag för kulturinstitutioner.

FÄLLT

Eurovision Song Contest 1999

SVT2, 1999-05-29

Beslut SB 366/99

Före och efter programmet lämnades sponsringsmeddelanden som SVT hade träffat avtal om och uppburit bidrag för.

Granskningsnämnden konstaterade att ett grundläggande villkor för SVT:s möjligheter till sponsring av sändningar från den här typen av evenemang är att programföretaget är evenemangets arrangör. Evenemanget hade i detta fall arrangerats av någon annan än SVT, nämligen Israel Broadcasting Authority. Nämnden fann därför att SVT, genom att lämna sponsringsmeddelanden i anslutning till sändningen från evenemanget, hade brutit mot sändningstillståndet.

Granskningsnämnden ansökte om att SVT skulle betala en särskild avgift om 1 000 000 kronor. Förvaltningsrätten jämkade dock beloppet till 500 000 kronor. Kammarrätten delade förvaltningsrättens bedömning. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2469-02).

Fotbollskväll

SVT1, 2015-09-28, 10-12 och 10-19

Beslut 15/02888

Frågan i ärendet var om tre sändningar av *Fotbollskväll* var sådana sändningar i samband med sportevenemang som får sponsras enligt SVT:s sändningstillstånd. Två av programmen ägnades nästan uteslutande åt den vid tiden för sändningarna pågående säsongen av Allsvenskan i fotboll för herrar. Det tredje programmet ägnades åt det pågående kvalet i Europamästerskapet i fotboll för herrar.

Granskningsnämnden konstaterade att matcherna som diskuterades i studion och som det visades klipp från hade ett nära tidsmässigt samband med sändningarna. I ett av dessa program ägnades lite mindre än hälften av programtiden åt bilder från matcherna och intervjuer i direkt anslutning till dessa, medan lite mer än hälften av programtiden i det andra programmet ägnades åt sådana bilder. Det sista programmet ägnades nästan uteslutande åt det pågående EM-kvalet och lite mindre än hälften av programtiden ägnades åt bilder från matcherna och intervjuer i samband med dessa. Mot bakgrund av detta fann nämnden att alla programmen var sådana sändningar i samband med sportevenemang som får sponsras enligt 18 § i sändningstillståndet.

> I beslut SB 241/98 konstaterade nämnden bland annat att program med sammandrag av OS-tävlingar kunde sponsras. Programmet skulle dels ha ett innehållsmässigt samband och dels ett nära tidsmässigt samband med det sponsrade evenemanget. Det innehållsmässiga sambandet innebar att en betydande del av programmet borde utgöras av bilder från tävlingarna, samt att en övervägande del av programmet borde ha omedelbar anknytning till det aktuella sportevenemanget. De granskade programmen ägnades till allra största delen (i genomsnitt 78 procent) åt utdrag ur OS-tävlingarna samt inslag som hade anknytning till OS-tävlingarna. I genomsnitt ägnades 42 procent av programmen åt bilder från tävlingarna. Mot denna bakgrund kunde nämnden inte finna att sponsringen av programmen stred mot gällande bestämmelser.

Melodifestivalen

SVT1, 2002-01-19 och 03-01

Beslut SB 536/02

Före och efter finalprogrammet av 2002 års svenska melodifestival angavs att sändningen var sponsrad av bland annat Aftonbladet.

SVT anförde i yttrande att tävlingen var ett led i SVT:s åtagande gentemot Europeiska Radiounionen och dess årliga *Eurovision Song Contest* och genomfördes som en offentlig tillställning i Globen i Stockholm. Genom att tv-programmet direktsändes över både Sverige och Estland uppfyllde det enligt SVT villkoren för att få sponsras.

Granskningsnämnden konstaterade att det klart uttalade syftet med bestämmelsen i dåvarande 21 § andra stycket i sändningstillståndet var att möjliggöra sponsring av finalen i *Eurovision Song Contest* när denna tävling arrangeras i Sverige av SVT. Att sponsring skulle förekomma av den svenska uttagningstävlingen till detta arrangemang hade knappast varit avsikten. SVT:s åtgärd att direktsända den svenska melodifestivalsfinalen i både Sverige och Estland innebar därför enligt nämndens mening ett klart kringgående av den aktuella bestämmelsen. Nämnden fann dock att SVT genom denna åtgärd formellt hade uppfyllt kriteriet i 21 § andra stycket att direktsändningen skulle ske till flera länder. SVT kunde därför inte fällas för brott mot bestämmelsen.

Granskningsnämnden prövade också om det hade förekommit otillåten sponsring av det kvalificeringsprogram för *Melodifestivalen* som sändes från Växjö den 19 januari 2002. Enligt nämnden framstod det bidrag Växjö kommun hade lämnat till finansieringen av tv-produktionen i relation till de kostnader SVT uppgav sig ha haft för programmet inte som så betydande att enbart bidragets storlek gav grund för slutsatsen att programmet hade sänts i strid med sponsringsförbudet.

> Nämnden har även i senare beslut konstaterat att syftet med bestämmelsen i nuvarande 18 § i sändningstillståndet visserligen inte är att möjliggöra sponsring av finalen i den svenska *Melodifestivalen*, men att SVT genom att direktsända finalen till flera länder formellt har uppfyllt de krav som ställs för att sändningen ska få sponsras (16/00765).

2.2. VEM SOM INTE FÅR SPONSRA PROGRAM

2.2.1. Alkohol- och tobaksföretag

(7 kap. 2 § och 15 kap. 9 § radio- och tv-lagen)

Ett program får inte sponsras av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka eller sälja alkoholdrycker, tobaksvaror eller elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare.

FÄLLT

Sändningar i Kanal 5, Kanal 9, TV3, TV6 och TV8

Discovery Networks Northern Europe Limited och

Modern Times Group MTG Ltd

Beslut 15/02584 och 15/02585

Nykerhetsorganisationen IOGT-NTO gjorde i en anmälan gällande att program i Kanal 5, Kanal 9, TV3, TV6 och TV8 kontinuerligt sponsrades av någon vars huvudsakliga verksamhet var att tillverka alkoholdrycker i strid med bestämmelsen i 7 kap. 2 § radio- och tv-lagen. IOGT-NTO vände sig även till Konsumentverket och gjorde gällande att sändningarna också stred mot bestämmelsen i 7 kap.

3 § alkohollagen om förbud mot reklam för alkoholdrycker. Konsumentverket är den myndighet som övervakar att tv-sändningar är förenliga med nämnda bestämmelse i alkohollagen. Granskningsnämndens prövning omfattade därför inte den delen av IOGT-NTO:s anmälan.

De aktuella programtjänsterna tillhandahölls av programföretag som var etablerade i Storbritannien och som därmed ansågs stå under brittisk jurisdiktion. För att Sverige skulle kunna vidta åtgärder mot programföretagen behövde ett antal förutsättningar enligt 16 kap. 15 § radio- och tv-lagen vara uppfyllda. Av bestämmelsen framgår följande.

Om en mot Sverige helt eller huvudsakligen riktad tv-sändning från ett programföretag etablerat i en annan EES-stat strider mot 7 kap. 2 § radio- och tv-lagen när det gäller att program inte får sponsras av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka alkoholdrycker, får en behörig myndighet i Sverige kontakta en behörig myndighet i den andra EES-staten för att uppmana programföretaget att följa bestämmelsen. Om programföretaget inte följer uppmaningen, får myndigheten vidta åtgärder mot programföretaget enligt 16 kap. 10 §, 17 kap. 5 och 6 §§ radio- och tv-lagen om programföretaget i fråga har etablerat sig i landet i syfte att kringgå de strängare bestämmelser som skulle ha gällt om det var etablerat i det land vars myndighet ingriper. Myndigheten får inte vidta åtgärderna förrän den har underrättat Europeiska kommissionen och den berörda medlemsstaten samt kommissionen har fastställt att åtgärderna är förenliga med unionsrätten.

Granskningsnämnden prövade i de aktuella ärendena endast tv-sändningarnas förenlighet med 7 kap. 2 § radio- och tv-lagen. Frågan om kringgående och talan hos Europeiska kommissionen om eventuella åtgärders förenlighet med unionsrätten hanterades sedan av Myndigheten för press, radio och tv i samarbete med Konsumentverket.

Mot bakgrund av anmälan initierade Myndigheten för press, radio och tv en granskning av ett stort antal sändningar som programföretagen bereddes tillfälle att yttra sig över. Enligt nämndens uppfattning fick sändningarna anses innehålla sådan sponsring som avses i 7 kap. 2 § radio- och tv-lagen. Sändningarna stred därmed mot bestämmelsen.

Nämnden beslutade, under förutsättning att Europeiska kommissionen fastställde att en sådan åtgärd är förenlig med unionsrätten, att ansöka hos förvaltningsrätten om att båda programföretagen skulle betala en särskild avgift. Nämnden ansåg att överträdelseerna av bestämmelsen i 7 kap. 2 § radio- och tv-lagen motiverade en avgift om 50 000 kronor per sponsor av respektive program, totalt 200 000 kronor vad avser Discovery Networks Northern Europe Limited och totalt 300 000 kronor vad avser Modern Times Group MTG Ltd.

Den 31 januari 2018 meddelade Europeiska kommissionen att de svenska myndigheterna inte kunnat bevisa att de aktuella programföretagen etablerat sig i Storbritannien i syfte att kringgå de svenska reglerna. Det var därför inte

förenligt med EU-rätten att vidta de i ärendena aktuella åtgärderna. Ärendena lämnades därför utan vidare åtgärd.

2.2.2. Företag som tillhandahåller spel

(7 kap. 2 b § och 15 kap. 9 b § radio- och tv-lagen)

Ett program får inte sponsras av ett företag vars huvudsakliga verksamhet är att tillhandahålla spel och som inte har nödvändig licens enligt spellagen (2018:1138).

2.2.3. Produkter och varumärken

Enligt granskningsnämndens praxis godtas även produkter och varumärken som beteckning för sponsorer (se vidare avsnitt 2.4.1).

2.3. INPLACERING AV SPONSRINGSMEDDELANDEN

(7 kap. 4–5 §§ och 15 kap. 10 § radio- och tv-lagen)

Ett meddelande om vem som bidragit till finansieringen av ett sponsrat program ska lämnas i början och i slutet av programmet eller vid ett av dessa tillfällen. I sökbar text-tv ska ett sådant meddelande lämnas löpande.

Om bara en klart avgränsad del av ett tv-program är sponsrad, ska sponsringsmeddelandet lämnas i början eller i slutet av den delen. Ett sådant meddelande förutsätter dock att programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter inte kränks.

I tv-sändningar får sponsringsmeddelanden dessutom lämnas i början och i slutet av ett program där ett sponsringsmeddelande lämnats i anslutning till en klart avgränsad del, i sportprogram med längre pauser och i program som återger föreställningar eller evenemang, i pauser för publiken, i samband med att sändningen övergår från en programtjänst till en annan, vid växlingar mellan studiosändningar och andra sändningar, och i samband med annonsavbrott.

Inplacering av sponsringsmeddelanden på andra ställen än i början och i slutet av ett tv-program förutsätter dock att programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter inte kränks.

2.3.1. Början och slutet på ett program

FÄLLT

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26, kl. 5.00–10.00

Beslut 17/01458

Granskningsnämnden tog i beslutet ställning till bland annat om ett sponsringsmeddelande för Agria Djurförsäkring hade lämnats på lämpligt sätt i början och/eller i slutet av det program som försäkringsbolaget enligt meddelandet skulle ha sponsrat, nämligen *Rix Morronzoo*.

Programföretaget hade anfört att sponsringsmeddelandet sändes första gången kl. 5.47 och att detta var i samband med att första programblocket av *Roger, Laila och Rix Morronzoo* inleddes samt att innehållet i sändningarna dessförinnan var ett förprogram.

Nämnden konstaterade dock att innehållet i sändningarna före och efter sponsringsmeddelandet inte skiljde sig åt i innehåll och form. Nämnden fann att det måste ha framstått för lyssnarna som att sändningen före och efter det första sponsringsmeddelandet var ett och samma program och att programmet *Roger, Laila och Rix Morronzoo* hade inletts tidigare under morgonen. Sponsringsmeddelandet kunde därför inte anses ha lämnats i början av programmet. Något sponsringsmeddelande hade inte heller lämnats i slutet av programmet. Mot denna bakgrund fann nämnden att sändningen stred mot bestämmelsen om när sponsringsmeddelanden ska lämnas.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att tillståndshavaren skulle betala en särskild avgift om totalt 50 000 kronor, varav 25 000 kronor avsåg överträdelsen av bestämmelsen om när sponsringsmeddelanden ska lämnas (förvaltningsrättens mål nr 11884-18).

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.1.1. Största tillåtna annonsvolym, 1.3. Utformning av annonssignatur, 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m., 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden, 3.3.4. Skivor och 3.9. Vinstpresentationer.*

FÄLLT

FIFA Dam-VM 2015

TV4 Sport, 2015-06-20 och 07-05

Beslut 15/01778 och 1779

Sändningarna bestod av direktsända fotbollsmatcher och studiosamtal före, under och efter matcherna. I sändningarna den 20 juni och 5 juli 2015 förekom

flera meddelanden om att sändningarna var sponsrade i anknytning till vissa annonsblock men inga sponsringsmeddelanden lämnades i början eller slutet av sändningarna. Sändningarna stred därför mot bestämmelsen om när sponsringsmeddelanden ska lämnas.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 100 000 kronor, varav totalt 50 000 kronor (25 000 kronor per sändning) avsåg överträdelserna av bestämmelsen om inplacering av sponsringsmeddelanden (förvaltningsrättens mål nr 23286-16). TV4 AB överklagade inte förvaltningsrättens dom i denna del.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 3.11. Hänvisning till webbplatser och sociala medieplattformar.*

FÄLLT

106,7 Rockklassiker

2014-07-15

Beslut 14/01776

Sändningarna innehöll bland annat programmet *Förmiddagen* på *Rockklassiker* som sändes mellan kl. 9.30–14.00. Granskningsnämnden konstaterade att det under sändningen förekom flera meddelanden om att programmet var sponsrat. Meddelandena lämnades i annonsblocken, bland annat klockan 13.59. Ett sponsringsmeddelande ska dock lämnas i början och/eller slutet av programmet. Enligt nämndens mening kunde inte placeringen av ett sponsringsmeddelande i ett annonsavbrott som avbryter ett program anses uppfylla radio- och tv-lagens krav. Nämnden fann därför att det saknades ett sponsringsmeddelande i början och/eller slutet av programmet och att sändningen därmed stred mot bestämmelsen om när ett sponsringsmeddelande ska lämnas. Nämnden fann dock inte skäl i denna omgång att ansöka om särskild avgift.

> *Nämnden gjorde samma bedömning i beslut 14/01777.*

FÄLLT

Äntligen morgon

Mix 107 Umeå m.fl., 2005-09-30

Beslut SB 374/06

I programmet *Äntligen morgon*, som pågick mellan kl. 6.00–10.00, lämnades sponsringsmeddelanden i annonsblocken. Det första annonsblocket sändes cirka kl. 6.15. Enligt granskningsnämnden kunde meddelandet inte anses ha lämnats i början av programmet. Överträdelse hade därför skett av bestämmelsen i radio- och tv-lagen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om särskild avgift och påförde de tre granskade Mix Megapol-stationerna 50 000 kronor vardera för bland annat denna överträdelse. Kammarrätten avlog Mix Megapols överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 5538-07).

FÄLLT

Sen kväll med Luuk

TV4, 1999-11-04

Beslut SB 41/00

I programmet *Sen kväll med Luuk* lämnades ett sponsringsmeddelande cirka 30 sekunder in i programmet efter en inledande sketch. Här efter följde programmet vinjett. Granskningsnämnden konstaterade att sponsringsmeddelandet visserligen lämnades före programmets vinjett, men efter den del som inledde programmet och som ostridigt utgjorde en del av detta. Nämnden ansåg därför att TV4 AB hade brutit mot kravet på att lämna sponsringsmeddelande i början av programmet.

FRIAT

Gifta på låtsas

TV4, 2000-02-26

Beslut SB 196/00

Granskningsnämnden ansåg att ett sponsringsmeddelande som visades under eftertexten till en långfilm i TV4 inte hade lämnats i slutet av programmet och ansökte om att programföretaget skulle påföras en särskild avgift om 10 000 kronor för denna överträdelse. Förvaltningsrätten avlog dock nämndens ansökan. Domstolen konstaterade att lagstiftarens syfte hade varit att föreskriva att sponsringsmeddelanden ska lämnas antingen före eller efter det sponsrade programmet. Domstolen fann dock att stadgandet i dåvarande 7 kap. 8 § radio- och tv-lagen skulle tolkas enligt sin ordalydelse och inte enligt vad som angavs i förarbetena. Det var därmed tillräckligt att sponsringsmeddelandet sändes i början eller slutet av programmet. Enligt förvaltningsrätten fick eftertexterna på cirka tre minuter i normalt språkbruk anses utgöra slutet på långfilmen, varför kravet i lagbestämmelsen var uppfyllt (förvaltningsrättens mål nr 11250-00).

2.4. UTFORMNING AV SPONSRINGSMEDDELANDEN

(7 kap. 7 § och 15 kap. 10 § radio- och tv-lagen)

Ett sponsringsmeddelande i tv-sändningar, sökbar text-tv eller beställ-tv ska innehålla sponsorns namn, logotyp eller annat kännetecken för sponsorn.

Meddelandet får inte innehålla säljfrämjande inslag. Enligt förarbetena har programföretag möjlighet att ange både logotyp och annan symbol, såsom en hänvisning till sponsorns produkter eller tjänster eller något annat kännetecken (prop. 2009/10:115 s. 153).

Ett sponsringsmeddelande i ljudradiosändningar ska lämnas på lämpligt sätt. Meddelandet får inte innehålla säljfrämjande inslag.

2.4.1. Tilläggsuppgifter och slogans

Som framgått tidigare (avsnitt 2.2.3.) godtas även produkter och varumärken som beteckning för sponsorer.

Neutrala prefix eller tillägg som bidrar till eller som varit nödvändiga för att identifiera sponsorn har godtagits i praxis. Sponsringsmeddelanden får däremot inte innehålla säljfrämjande inslag.

Nedan redovisas exempel på fällda och friade tillägg i sponsringsmeddelanden.

FÄLLDA meddelanden

- Volvo V60 – med laddhybrid och City safety	Dnr 18/02432
- Sony Experia XZ2 – filmar i 4KHDR	Dnr 18/02432
- Benders – svenska byggprodukter i betong och granit (”svenska” fälldes)	Dnr 18/02099
- Ving – resor till 50 länder	Dnr 17/03095
- Flux flourskölj – finns för både vuxna och barn	Dnr 17/01455
- Ryds bilglas – vi lagar ditt stenskott	Dnr 17/01455
- DM Tak – din takläggare i Stockholm (”din” fälldes)	Dnr 17/01454
- Ställning.se – din byggställningsleverantör (”din” fälldes)	Dnr 17/01454
- Assistancelikaren – bilbärgning på 160 orter (”på 160 orter” fälldes)	Dnr 16/03135
- Emirates – flyger till 150 destinationer (”till 150 destinationer” fälldes)	Dnr 16/03135
- Ecco – designed with your life in mind	Dnr 16/01798
- Postkodlotteriet – vinn med dina grannar	Dnr 16/01798
- Marabou – 100 år	Dnr 16/00765
- Apoteksgruppen – apotek runt om i Sverige (”runt om i Sverige” fälldes)	Dnr 15/03244
- ATG – hästsportens eget spelbolag (” eget” fälldes)	Dnr 14/02578
- Siba – hemelektronik sedan 1951 (”sedan 1951” och tillägget ”Fri frakt på siba.se” på skärmar som hölls upp i bild fälldes)	Dnr 14/02543
- Oatly – gjord på 100 procent svensk havre	Dnr 14/02543
- Fristads Kansas – arbetskläder sedan 1925 (”sedan 1925” fälldes)	Dnr 14/02543
- Flux fluorskölj – ger starka tänder	Dnr 14/01778
- LeoVegas.com – Sveriges mobilkasino (”Sveriges” fälldes)	Dnr 14/01778

- Krokomp optik – din egen optiker	Dnr 14/01284
- Pågen giffjar – i flera smaker	Dnr 13/02175
- Ipre mjuka kapslar – tas upp snabbare än vanliga tabletter	Dnr 13/02175
- Läkerol – i många smaker	Dnr 13/02175
- XL Bygg – XL-Byggs bollplank – kunskap och rådgivning för byggprojekt	Dnr 13/01588
- XL Bygg – kunskap och produkter för altanprojekt etc.	Dnr 13/01588
- Hockey-VM – tillägget ”nya” och reklambetonade filmsekvenser	Dnr 13/01159
- Eniro – ”sökspécialisterna” och ”vi hjälper dig”	Dnr 13/00439
- Supreme Card – med poängshop	Dnr 13/01320
	och Dnr 12/02798
- MFF Event på Swedbank Stadion – möten, mässor och möjligheter (”möjligheter” fälldes)	Dnr 12/02450
- Aftonbladet – med 14-dygnsprognos i tidningen	Dnr 12/00188
- JULA – allt för hemmafixare och proffs	Dnr 11/02833
- Whiteclub – Uppsalas nyaste nattklubb (i bild visades öppettider samt texten ”För dig över 20 år”)	Dnr 11/02750
- XLBygg Stenvalls – En riktig bygghandel	Dnr 11/02749
- Värmlands fastighetservice – mer än 25 år i branschen	Dnr 11/02748
- SverigePumpen – Luftvärmepumpar installerade med helgaranti	Dnr 11/02645
- XL Bygg – en riktig bygghandel (bakgrunden bestående av ord så som: kaffepaus, renovera, stuprör, växthus, lusthus, brygga, hundkoja, staket, bollplank, bänkar, fernissa)	Dnr 11/02645
- ERA – bostadsmäklaren med nöjda kunder enligt svenskt kvalitetsindex (skylt med en guldmedalj med texten ”Nöjdast kunder 2010 första plats”)	Dnr 11/02645
- Professionell Säkerhet i Sverige AB – över hela Sverige	Dnr 11/01678
- Östergården fastighetsförmedling – Din mäklare	Dnr 11/01678
- Skånska Byggvaror – fraktfri hemleverans av dörrar och fönster (”fraktfri” fälldes)	Dnr 11/01385
- Rusta – mycket inredning	Dnr 10/01502
- Nordnet – unbank yourself	Dnr 10/01502
- Mathem.se – din matvarubutik på nätet (”matvarubutik på nätet” godkändes, medan ”din” fälldes)	Dnr 10/01502
- Agria – våra kunder går på fyra ben	Dnr 10/01502
- Lernia – kompetens gör skillnad	Dnr 10/01502
- Sector Alarm – hemlarm med kamera som standard (”hemlarm” godkändes, medan ”med kamera som standard” fälldes)	Dnr 10/01501
- Bravo – hundra procent naturlig juice	Dnr 10/01501
- Helly Hansen workwear – håll dig torr, varm och säker på jobbet	Dnr 10/01501
- Biltema – mer än bara bil	Dnr 10/01501
- Biltema – varuhuset för en enklare vardag och rikare fritid	Dnr 10/01501
- Sector Alarm – alltid någon hemma	Dnr 10/01501

- Momondo – Hitta flygresor till dina varma upplevelser	Dnr 10/01088
- JM – hus att trivas i	Dnr 10/01088
- Polferries – Upptäck det nya Polen med...("sjövägen till Polen" godkändes)	Dnr 10/01088
- C-SAM Kabel-tv – kabel-tv och bredband från eget nät sedan 1992	Dnr 10/00122
- Träffpunkt Tälje – Södertälj-yeah!	Dnr 10/00122
- Zendium – en mild tandkräm för familjen	SB 118/10
- Kanalkrogen – Härliga	SB 845/09
- Länsförsäkringar Norrbotten – specialist på villaförsäkring	SB 845/09
- Alfr. Johansson Kött & Charkuteri AB – grundad 1884.	SB 977/08
- Väderstad – Vill du växa med oss?	SB 977/08
- Carlsberg – man of the match	SB 856/08
- McDonald´s – player escort	SB 856/08
- Ice.net – mobilt bredband i hela Sverige ("i hela Sverige" fälldes)	SB 856/08
- C3 – scandinavian lifestyle	SB 744/08
- Magnidotter Profilprodukter & Presentreklam + kedjelogotyp	SB 425/08
- Bra bil – din Volvo- och Renaulthandlare	SB 175/08
- Elverket – vi ägs av Vallentunaborna	SB 175/08
- Wasa solruta – ett nyttigt frukostbröd	SB 092/08
- Scorett – skor för alla tillfällen	SB 333/07
- GoGreen – hälsosam mat från Axa	SB 817/05
- McDonald´s – I´m lovin´ it	SB 382/04
- Elon – Sveriges största vitvarukedja	SB 220/04
- Mäklarhuset – i goda händer	SB 458/01

FRIADE meddelanden

- GoEasy – rengörande drivmedel	Dnr 18/02432
- Svenska Spel – betting online och i butik	Dnr 18/02432
- Front Acrylatfärg Max/Perfekt Plus – fasadfärg från Beckers	Dnr 18/02432
- Zmarta – lån, försäkringar och elavtal på nätet	Dnr 18/02099
- Mathem.se – en matbutik på nätet	Dnr 18/02099
- Kjell & Company – kunskap och tillbehör till hemelektronik	Dnr 18/02099
- Huawei – mobiltelefoner, surfplattor och datorer	Dnr 18/02099
- Kronans apotek – läkemedel, hälso- och skönhetsprodukter. kronansapotek.se	Dnr 17/03095
- Skellefteå kraft – norrländsk energi	Dnr 17/03095
- Proffsmagasinet.se – proffsverktyg på nätet	Dnr 17/01454
- Bertil.com – bingo och casino på nätet och bingo och spel på internet	Dnr 12/00804
- 118 100 – nummerupplysning via telefon, internet och sms	Dnr 12/00804
- Kjell.com – kunskap & tekniktillbehör på nätet	Dnr 12/00804
- Nordsjö – idé och design	Dnr 11/02749
- Lernia – utbildning och bemanning	Dnr 10/01502
- Affärskontakten – .se, .com och .nu	Dnr 10/00122
- Mysterious – visual illusions and graphical magic. www.mysterious.se	Dnr 10/00122

- Colorama – JP Färghuset i Sundsvall	SB 845/09
- McDonalds – Ingen Big Deal – hamburgare, cheeseburgare kaffe och glass	SB 717/09
- Hyundai – officiell EM-partner	SB 856/08
- Markslöjd – belysning för inne- och utemiljöer	SB 333/07
- Max Delifresh – nyckelhålsmärkta måltider	SB 810/06
- GainoMax recovery – en återhämtningsdryck	SB 817/05
- Atkins – produkter med lite socker och kolhydrater	SB 705/05
- Com hem – bredband och tv	SB 382/04
- Kestine – allergimedicinen	SB 382/04
- Bally James Duff's – puben på Centralen*	SB 213/00

* Fällades av granskningsnämnden men friades av Kammarrätten i Stockholm

2.4.2. Bild- och ljudillustrationer

FÄLLT

Studio: FIFA Fotbolls-VM 2018 och FIFA Fotbolls-VM 2018: Brasilien – Belgien

TV4, 2018-07-06

Beslut 18/02432

Under sändningarna från Fotbolls-VM sändes sponsringsmeddelanden för bland annat Volvo V60 och måltidsprodukter från McDonald's. Granskningsnämnden ansåg att innehållet i sponsringsmeddelandet för Volvo V60, där en barnfamilj lämnade bilen och en bagagelucka stängdes, var utformat på ett sätt som gav sponsringsmeddelandet en reklamliknande karaktär. Sponsringsmeddelandet innehöll även ett säljfrämjande tillägg för Volvo V60. Meddelandets utformning ansågs strida mot bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen.

Gällande sponsringsmeddelandena för de olika måltidsprodukterna från McDonald's konstaterade nämnden att programföretaget uppgett att det var de enskilda produkterna som var sponsorerna och inte det övergripande McDonald's-varumärket. I meddelandena förekom dock i förgrunden flera andra av McDonald's-produkter, bland annat en BigMac-kartong. Nämnden ansåg att sponsringsmeddelandenas innehåll, genom förekomsten av andra produkter från McDonald's sortiment än de sponsrande produkterna, gick utöver vad som är tillåtet enligt 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB ska påföras en särskild avgift om totalt 450 000 kronor för överträdelser av bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

FÄLLT

Melodifestivalen

SVT1, 2016-03-12

Beslut 16/00765

Sändningen var den direktsända finalen i den svenska *Melodifestivalen*. I början och i slutet av sändningen förekom sponsringsmeddelanden. Bakom respektive sponsringsskylt syntes och/eller hördes ett publikhav.

Granskningsnämnden ansåg att inramningen av sponsringsmeddelandena – med bilder av en publik och ljudet av applåder – hade en säljfrämjande utformning. Såväl ett säljfrämjande tillägg för Marabou som inramningen av sponsringsmeddelandena stred mot bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden. Med anledning av att SVT inte tidigare hade fällt för överträdelse av bestämmelsen fann nämnden inte skäl att denna gång ansöka om påförande av en särskild avgift.

FÄLLT

TV4Vädret

TV4, 2012-12-24 och 2013-03-24 m.fl.

Beslut 12/02798 och 13/01320

Den 24 december 2012

I anslutning till *TV4Vädret* den 24 december 2012 förekom ett sponsringsmeddelande för Supreme Card. I en filmsekvens visades en man och en kvinna som stod vid en kassa i en butik på stranden. Mannen höll ett par shorts i handen som han lämnade till en kassörska bakom kassan. Han betalade sedan med sitt betalkort. De tre personerna vände sig om och tittade upp mot solen.

Efter filmsekvensen visades en bild av ett kort upp. Bakom kortet skymtade solen. En speakerröst sa ”Vädret presenteras av Supreme Card, ett kreditkort med poängshop”. Nedanför kreditkortet stod texten ”Vid utnyttjad kredit 15 000 kr är den effektiva räntan mellan 0-21.23 %. supremecard.se”.

Granskningsnämnden ansåg att utformningen av sponsringsmeddelandet, bland annat genom det säljfrämjande tillägget ”med poängshop”, gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn. Nämnden ansåg vidare att filmsekvensen med mannen som köpte en vara med sitt kreditkort hade en sådan anknytning till företagets verksamhet att sponsringsmeddelandet hade getts en reklambetonad utformning. Utformningen av meddelandet stred därför mot bestämmelserna i radio- och tv-lagen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det felaktigt utformade sponsringsmeddelandet (förvaltningsrättens mål nr 9158-13).

Den 24 och 25 mars 2013

Sponsringsmeddelandet den 24 mars 2013 var identiskt med det sponsringsmeddelande som sändes den 24 december 2012. Sponsringsmeddelandet som sändes den 25 mars 2013 var snarlikt dessa meddelanden med skillnaden att det i filmsekvensen var kvinnan som betalade för ett par gummistövlar med kortet och som vände sig mot moln som mullrade fram på himlen.

Granskningsnämnden konstaterade att exakt samma meddelande och ett snarlikt meddelande fällts av nämnden sex respektive sju dagar före den nuvarande granskningen. Nämnden kunde därför inte komma till någon annan slutsats än att meddelandena den 24 och 25 mars 2013 innebar en överträdelse av bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Nämnden beaktade de skäl TV4 AB anfört gällande sändningarna den 24 och 25 mars 2013 om att det funnits för lite tid att ändra sponsringsmeddelandet efter nämndens tidigare beslut och ansökte därför inte om någon avgift för de meddelandena.

Den 29 september 2013

Den 29 september 2013 sändes ytterligare ett sponsringsmeddelande för Supreme Card. Meddelandet hade en annan utformning än de tidigare. Meddelandet hade en speakerröst som sa "Supreme Card - ett kreditkort med poängssystem". Sponsringsmeddelandet inleddes med bilder från New Yorks skyline, en strand med en solnedgång, Eiffeltornet i Paris och Tower Bridge i London. Meddelandet avslutades med att en hand höll upp ett kreditkort och att texten "Supremecard. se" visades. Genomgående fylldes delar av bildernas konturer med en glänsande guldremsa. Guldremsan fortsatte runt ett jordklot som var avbildat på kreditkortet. Under texten fanns en finstilt text där det stod "Vid utnyttjad kredit 15 000 kr är den effektiva räntan mellan 0-21,60%".

Nämnden ansåg att utformningen av sponsringsmeddelandet den 29 september 2013, bland annat genom det säljfrämjande tillägget "med poängssystem", gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn. Nämnden ansåg vidare att filmsekvensen hade getts en reklambetonad utformning som stred mot bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för överträdelsen den 29 september 2013. Förvaltningsrätten biföll nämndens ansökan (förvaltningsrättens mål nr 9158-13).

Sponsringsmeddelanden för ERA, XL Bygg och SverigePumpen

TV4, 2011-08-31

Beslut 11/02645

Följande sponsringsmeddelanden visades under sändningarna i TV4 den aktuella dagen.

"ERA, bostadsmäklaren med nöjda kunder enligt svenskt kvalitetsindex". En skylt med ERA:s logotyp och en guldmedalj med texten "Nöjdast kunder 2010 första plats" visades.

Granskningsnämnden ansåg att upplysningen om ERA:s resultat i en undersökning från Svenskt Kvalitetsindex var ett sådant tillägg som framhävde fördelarna med sponsorns tjänster. Även den avbildning av en medalj som visades ovanpå företagets logotyp borde enligt nämndens mening ses som ett sådant framhävande tillägg. Sponsringsmeddelandet fick därigenom en säljfrämjande utformning som står i strid med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

"XL Bygg – en riktig bygghandel". En bakgrund bestående av en stor mängd ord över vilka företagets logotyp syntes visades i bild. Orden kaffepaus, renovera, stuprör, växthus, lusthus, brygga, hundkoja, staket, bollplank, bänkar, fernissa framträdde särskilt tydligt.

Nämnden ansåg att ordet "riktig" i sponsringsmeddelandet för XL-Bygg gav meddelandet en sloganliknande karaktär och att den bakgrund som visades under sponsorns logotyp med ord som associerade till sponsorns sortiment inte bidrog till syftet att identifiera programmet som sponsrat utan fokuserade på att framhäva fördelarna med sponsorns produkter. De utgjorde därför sådana framhävande och säljfrämjande inslag som står i strid med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

"SverigePumpen – Luftvärmepumpar installerade med helgaranti". En skylt med företagets logotyp och webbadress samt texten "Luftvärmepumpar installerade med helgaranti" visades.

Tillägget "installerade med helgaranti" i sponsringsmeddelandet för SverigePumpen var enligt nämnden av sloganliknande karaktär och medförde ett framhävande av sponsorns tjänster som gick utöver vad som kan accepteras mot bakgrund av bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden. Webbadressen i sponsringsmeddelandet för SverigePumpen betraktades som en neutral upplysning om sponsorn som kunde godtas enligt nämndens praxis.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 75 000 kronor för de felaktigt utformade sponsringsmeddelandena. Kammarrätten avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövnings-tillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 4720-13).

FÄLLT

Robinson Karibien och Flashforward

TV4, 2009-11-21

Beslut SB 118/10

Robinson Karibien var sponsrat av Fritidsresor Blue Village och Paf.com. Sponsringsmeddelandet för Fritidsresor Blue Village innehöll texttillägget ”hotell för familjen, vid stranden” och företagets logotyp visades på en skylt på en sandstrand med utsikt mot havet. I anslutning till sponsringsmeddelandet för Paf.com förekom tre tärningar tydligt i bild.

Granskningsnämnden ansåg att tillägget ”hotell för familjen, vid stranden” gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn och att utformningen med skylten på en strand med utsikt mot havet hade en klar anknytning till sponsorns verksamhet. Utformningen av meddelandet stred därmed mot bestämmelserna i radio- och tv-lagen. Enligt nämnden hade även bildillustrationen i samband med sponsringsmeddelandet för spelsajten Paf.com, som bland annat tillhandahåller tärningsspel, en sådan anknytning till företagets verksamhet att det stred mot gällande bestämmelser.

Flashforward var sponsrat av Zendium och sponsringsmeddelandet innehöll tillägget ”en mild tandkräm för hela familjen”. Granskningsnämnden ansåg att tillägget inte var nödvändigt för att identifiera sponsorn utan i stället bidrog till att ge sponsringsmeddelandet en reklamliknande karaktär, varför sponsringsbestämmelsen hade överträtts.

Granskningsnämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle påföras 50 000 kronor i särskild avgift för var och en av överträdelserna. Sedan den nya radio- och tv-lagen trätt i kraft beslutade nämnden dock att återkalla sin talan i den del det avsåg sponsringsmeddelandet för Paf.com. Yrkandet avsåg därmed att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift om totalt 100 000 kronor.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor per felaktigt utformat sponsringsmeddelande, totalt 100 000 kronor. Kammarrätten avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 5728-12).

FIFA Fotbolls-VM 2018

SVT1 och SVT2, 2018-06-14, 06-18, 06-28 och 07-07

Beslut 18/02099 m.fl.

Sponsringsmeddelanden sändes vid flera tillfällen under sändningarna. Samtliga sändningar av sponsringsmeddelanden inleddes med att en speakerröst sa "Sändningarna från *FIFA Fotbolls-VM 2018* sponsras av". I sponsringsmeddelandena visades – förutom logotyperna för sponsorerna – även bland annat en blå himmel, diverse piedestaler gjorda av olika material, ett par fotbollsskor, en röd och gul flagga, ett rött och ett gult kort, en svart visselpipa och en vit fotboll som rullade in i bild.

Granskningsnämnden bedömde att inramningen av sponsringsmeddelandena, med bland annat fotbollar och skor, hade en tydlig koppling till programmet och en neutral utformning i förhållande till sponsorernas verksamhet och produkter. Inramningen av meddelandena kunde därmed inte anses stå i strid med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden. Nämnden fann däremot att ljudtillägget "svenska byggprodukter i betong och granit" i ett sponsringsmeddelande för Benders gav meddelandet en säljfrämjande utformning som gick utöver en sådan förklaring som bidrar till att identifiera sponsorn. Utformningen av detta sponsringsmeddelande stred därför mot bestämmelsen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kr för överträdelsen av bestämmelsen om sponsringsmeddelandens utformning vad gäller sponsringsmeddelandet för Benders (förvaltningsrättens mål nr 7778-19).

TV4Vädret

TV4, 2015-11-24

Beslut 15/03244

I *TV4Vädret*, som var en kort vädersändning, visades sponsringsmeddelanden i början och i slutet av programmet. Granskningsnämnden fann att ljudtillägget "apotek runt om i Sverige" i ett sponsringsmeddelande för Apoteksgruppen syftade till att framhäva fördelarna med sponsorns produkter och tjänster i stället för att enbart fungera som ett kännetecken för sponsorn. Tillägget ansågs därmed utgöra ett sådant säljfrämjande inslag som stred mot bestämmelsen om sponsringsmeddelandens utformning.

Mot samma bestämmelse bedömdes vidare ett sponsringsmeddelande för Neova pellets som innehöll en filmsekvens med brinnande pellets i två kupade händer. Nämnden fann att filmsekvensen hade en direkt anknytning till sponsorns produkt, men att den utgjorde en sådan hänvisning som kan godtas enligt bestämmelsen om sponsringsmeddelandens utformning.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för överträdelsen av bestämmelsen om sponsringsmeddelandens utformning (förvaltningsrättens mål nr 12918-16).

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 2.1.1. Nyhetsprogram.*

FRIAT

FÄLLT

Sändningar i 24nt

2012-11-06

Beslut 12/02453

Före och efter *Vädret* sa en speakerröst ”Vädret presenteras i samarbete med...” samtidigt som en elektronisk skylt med företaget Djurbergs järn och bygghandels logotyp och texten ”Djurbergs järn och bygghandel i Söderköping” visades. Under företagsnamnet visades följande logotyper: Woody, Hemma, Colorama och Interjakt. Längst ner i bild stod att läsa www.djurbergs.se, butikens adress samt telefonnummer.

Granskningsnämnden konstaterade att sponsringsmeddelandet innehöll sponsorn Djurbergs järn- och bygghandels logotyp. Det innehöll dessutom logotyper för olika fackhandelskedjor. Nämnden har tidigare friat ett sponsringsmeddelande där det utöver logotypen för sponsorn ”Kjell & Company” visades bilder på typiska produkter som såldes i sponsorns butiker (12/00804). Nämnden ansåg dock i det aktuella fallet att logotyperna för fackhandelskedjorna som sponsorn var ansluten till inte bidrog till att identifiera programmet som sponsrat, utan snarare framhävde fackhandelskedjorna. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden. Nämnden ansåg vidare att webb-adresserna i sponsringsmeddelandet fick betraktas som neutrala upplysningar om sponsorn som kan godtas.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att tillståndshavaren skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen av bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Sponsringsmeddelanden i TV4

2011-05-26

Beslut 11/01385

Sponsringsmeddelanden för Life, Mr. Green och SkånskaByggvaror.se visades under sändningarna i TV4 den aktuella dagen.

I sponsringsmeddelandet för Life visades företagets logotyp i bild. En skylt intill logotypen bestod av en bild av Paolo Roberto tillsammans med två mindre logotyper och en text om hälsotester och träning med Paolo Roberto på Life sports & health club, www.lshc.se.

Sponsringsmeddelandet för Mr. Green bestod av en dator med bilder liknande spelkort som påminde om ett Jack Vegas spel. Intill datorn syntes Mr. Greens logotyp med företagets webbadress under.

I sponsringsmeddelandet för SkånskaByggvaror.se sa en speakerröst ”SkånskaByggvaror.se Fraktfri hemleverans av dörrar och fönster” medan en bild på ett fönster visades i närbild. När bilden zoomades ut visade sig bilden av fönstret vara en av många bilder som täckte en Sverigekarta. Därefter föll alla bilder av kartan och i stället visades SkånskaByggvaror.se:s logotyp.

Granskningsnämnden ansåg att bilderna i sponsringsmeddelandena var sådana hänvisningar till sponsorernas produkter och tjänster som är förenliga med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen. Nämnden ansåg även att webbadresserna i sponsringsmeddelandena fick betraktas som neutrala upplysningar om sponsorerna som kunde godtas.

Enligt nämnden framhöll dock upplysningen ”fraktfri” i sponsringsmeddelandet för SkånskaByggvaror.se fördelarna med sponsorns tjänster och utgjorde därmed ett sådant säljfrämjande inslag som står i strid med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Slumdog Millionaire

TV4, 2012-03-31

Beslut 12/00804

I samband med att filmen *Slumdog Millionaire* sändes förekom följande sponsringsmeddelanden.

"Kjell.com – kunskap & tekniktillbehör på nätet". På en bildskärm visades logotypen Kjell & Company samt texten "Kjell.com – kunskap & tekniktillbehör på nätet". Runt logotypen visades bilder på sju sorters produkter, bland annat en joystick, stereohörlurar, tangentbord, lpadfodral och lphoneskal.

"118 100 nummerupplysning via telefon, internet och via sms". En elektronisk skylt med logotypen 118 100 visades i rutan på en smartphone som två händer höll i.

"Bertil.com bingo och casino på nätet". På en laptops bildskärm visades Bertils logotyp samt texten "Bertil – Bingo och spel på Internet".

Granskningsnämnden ansåg att sponsringsmeddelandena innehöll sådana hänvisningar till sponsorns produkter och tjänster som var förenliga med bestämmelsen i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen. Nämnden ansåg även att webbadresserna i sponsringsmeddelandena fick betraktas som neutrala upplysningar om sponsorn som kunde godtas.

FRIAT

Kommissarie Anna Travis

TV4, 2010-05-17

Beslut 10/00119

Företagen presenterades i en gemensam grafisk miljö med ett lantligt staket på vilket de olika företagens namn visades efter varandra i en horisontell rörelse. McVitie´s logotyp visades tillsammans med vetestrån. Coloramas logotyp visades tillsammans med ett målat staket och en färgburk med pensel. Bertil Bingos logotyp presenterades med en bingokula som sol.

Granskningsnämnden fann att de aktuella bilderna fick anses vara sådana hänvisningar till sponsorernas produkter eller tjänster som kunde godtas.

FRIAT

Idol

TV4, 2009-11-20

Beslut SB 118/10

I anslutning till *Idol* 2009 visades sponsringsmeddelanden med bilder på olika rum där personer sjöng eller spelade bakom semitransparenta skyltar med sponsorernas logotyper. I rummen skymtade bland annat en dator bakom logotypen för Dustin.se, en moped och en gitarrförstärkare bakom logotypen för Blocket.se och kartor bakom logotypen för Hitta.se.

Granskningsnämnden konstaterade att den rekvisita som kort syntes i rummen bakom sponsorernas skyltar kunde anses ha en koppling till programmets innehåll snarare än sponsorernas verksamhet. Mot bakgrund av detta och det förhållandet att sponsorernas skyltar till stor del täckte rummen bakom skyltarna ansåg nämnden – med tvekan – att meddelandena inte hade en sådan reklamkaraktär att de stred mot radio- och tv-lagen.

2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden

Ett sponsringsmeddelande ska innehålla upplysningar om att programmet är sponsrat och om vem eller vilka som bidragit till finansieringen. Det räcker alltså inte att visa en skylt med enbart sponsorns namn (SB 172/98). Enligt granskningsnämndens mening förmedlar ”Tack till”-skyltar inte heller tillräckligt tydligt budskapet att sponsring förekommit av programmet (SB 67/00 m.fl.). Samma bedömning har gjorts i fråga om formuleringen ”med Finanstidningen” i anslutning till titeln på ett radioprogram (SB 400/01).

FÄLLT

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01458

Vid ett tillfälle under sändningarna genomfördes en lyssnartävling som inleddes med en musikjingle. I samband med tävlingen sades följande av en av programledarna.

Slå en 08 klockan 8, Sverige mot Stockholm, som vi gör med Vera och John. [...]

Enligt programföretaget var tävlingsprogrammet *Slå en 08 klockan 8* sponsrat av internetcasinot Vera och John.

Granskningsnämnden ansåg att det av den information som lämnades om internetcasinot, det vill säga ”*slå en 08 klockan 8, Sverige mot Stockholm, som vi gör med Vera och John*”, inte framgick att programmet var sponsrat av internetcasinot. Det kunde därför inte anses att det hade angetts vem som bidragit till finansieringen i enlighet med bestämmelsen i 15 kap. 10 § radio- och tv-lagen. Omnämmandet av Vera och John prövades sedan vidare mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.1.1. Största tillåtna annonsvolym, 1.3. Utformning av annonssignatur, 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m., 2.3.1. Början och slutet på ett program, 3.3.4. Skivor och 3.9. Vinstpresentationer.*

Mix Megapol 104,3 Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01455

Efter fyra av annonsavbrotten under sändningarna förekom inslag med information om Mix Megapol Guldscen på hotell Kungsträdgården. I ett av inslagen sades följande.

(Speaker) – Mix Megapols Guldscen på hotell Kungsträdgården presenteras av PS Auction, nätauktion för företag, och Glamma.se, skönhetsprodukter och behandlingar på nätet. [---] (NN) – Jag heter NN och jag är stolt över att vara en del av den perfekta mixen och jag kommer att stå på Mix Megapols Guldscen i år. Missa inte det. [---] Jag kommer spela där tillsammans med [---].

Programföretaget uppgav i ärendet att *Mix Megapol Guldscen* var ett fristående och självständigt program som var sponsrat. Granskningsnämnden konstaterade att ett sponsringsmeddelande ska innehålla upplysningar om att programmet är sponsrat och vem som bidragit till finansieringen. Av den information om sponsring som lämnades i inslagen framstod det som att det var evenemanget *Mix Megapols Guldscen* på hotell Kungsträdgården som var sponsrat och inte själva inslaget. Sändningarna stred därför mot bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att programföretaget skulle betala en särskild avgift om totalt 75 000 kr för det felaktigt utformade sponsringsmeddelandet och två ytterligare felaktigt utformade meddelanden (förvaltningsrättens mål nr 14115-18). Programföretaget överklagade förvaltningsrättens dom i den del som handlade om sponsringsmeddelandet för *Mix Megapol Guldscen*. Kammarrätten biföll programföretagets överklagande och konstaterade att det inte var ifrågasatt att *Mix Megapol Guldscen* var ett program i radio- och tv-lagens mening och att programmet var sponsrat. Kammarrätten ansåg att sponsringsmeddelandet fick uppfattas att avse sponsringen av programmet och eftersom sponsringsmeddelandet identifierade sponsorerna och hade lämnats på lämpligt sätt i början av programmet upphävdes förvaltningsrättens dom i den del som avsåg påförande av särskild avgift om 25 000 kr hänförligt till detta sponsringsmeddelande (kammarrättens mål nr 3853-19).

FÄLLT

Mix Megapol 104,3 Stockholm

2014-07-08

Beslut 14/01777

Vid flera tillfällen sändes trailrar för programmet *Äntligen morgon*. Efter trailrarna lämnades ett meddelande där följande sades.

*Äntligen morgon presenteras av sökspecialisterna 118 118 – 118
118 vi hjälper dig.*

Programföretaget uppgav att *Trailern för Äntligen morgon* utgjorde ett eget program, som var sponsrat.

Granskningsnämnden konstaterade att ett sponsringsmeddelande ska innehålla upplysningar om att programmet är sponsrat och om vem som bidragit till finansieringen. Nämnden ansåg att det av meddelandet inte framgick att det var den aktuella trailern som sponsrades. I meddelandet angavs programmet *Äntligen morgon* som sponsrat och inte den aktuella trailern. Meddelandet stred därför mot bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

FRIAT

Biggest loser – Nu eller aldrig! del 20, Grillmästarna del 1 och Let's Dance del 11

TV4 Play, <http://www.tv4play.se>, 2016-06-16

Beslut 16/01721

Granskningsnämnden prövade i ärendet bland annat frågor om sponsringsmeddelandens placering och utformning och konstaterade att de aktuella sponsringsmeddelandena placerats i början eller slutet av programmen och att de inte innehöll några säljfrämjande inslag. Nämnden ansåg vidare att texten ”med bidrag från” fick anses utgöra tillräcklig information om att programmen *Grillmästarna* del 1 och *Let's Dance* del 11 var sponsrade. Programmen stred därför inte mot bestämmelserna i 7 kap. 4 och 7 §§ radio- och tv-lagen.

FRIAT

Dröm dig hem – från koja till slott

www.gp.se/tv, 2016-06-16

Beslut 16/01716

I slutet av programmet *Dröm dig hem – från koja till slott* syntes texten ”i samarbete med hemnet”. Granskningsnämnden konstaterade att sponsringsmeddelandet

placerats i slutet av programmet och att det inte innehöll några säljfrämjande inslag. Programmet stred därför inte mot bestämmelserna i 7 kap. 4 och 7 §§ radio- och tv-lagen.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 3.8.1. Varumärkesexponering på kläder och 3.14. Gynnande av inspelningsplats.*

FRIAT

Friidrott: VM och Friidrott: VM-magasinet

SVT1 och SVT2, 2015-08-22–08-28

Beslut 15/02338

Sändningarna var sponsrade och vid flertalet tillfällen visades ett sponsringsmeddelande. I fråga om tre sändningar, där sponsringsmeddelandena i början av sändningarna hade en tydlig utformning, saknades ljud helt respektive delvis i sponsringsmeddelandena i slutet av sändningarna. Vid ett tillfälle visades sponsringsmeddelandena utan speakerrösten. Vid två andra tillfällen hade en del av det som speakerrösten sa fallit bort.

I fråga om sponsringsmeddelandena som var utan ljud respektive delvis utan ljud ansåg granskningsnämnden att utformningen var bristfällig och att skyltarna som helt saknade ljud kunde framstå som något annat kommersiellt meddelande än sponsringsmeddelanden. Mot bakgrund av att tydligt utformade sponsringsmeddelanden sändes i början av de aktuella sändningarna ansåg nämnden dock att publiken fick tillräcklig information om att sändningarna var sponsrade. Sändningarna stred därför inte mot bestämmelsen om sponsringsmeddelanden i 7 kap. 4 § radio- och tv-lagen.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.7. Elektroniska företagsskyltar.*

2.5. INDIREKT SPONSRING

Med indirekt sponsring avses att sponsringsbidraget har tillfallit någon annan än det sändande programföretaget (normalt ett produktionsbolag). Skyldighet att lämna sponsringsmeddelanden gäller även för indirekt sponsrade program.

FRIAT

Kust och Hav

TV4, 2013-03-23

Beslut 13/00800

På fråga om det förekommit någon sponsring av programmet från rederiets sida svarade TV4 AB att programmet producerats av ett produktionsbolag och att det

inte förekom någon sponsring som TV4 AB fått betalt för. Dessutom råder avtalssekretess mellan produktionsbolaget och eventuella samarbetsparter. Granskningsnämnden konstaterade att det, med den information som nämnden hade tillgänglig, saknades underlag för att bedöma om det förekommit en indirekt sponsring av *Kust och Hav* som TV4 AB underlåtit att upplysa publiken om. Det var därför inte visat att det förekommit någon överträdelse av skyldigheten att lämna sponsringsmeddelande.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 3.5. Nya företag och produkter.*

FRIAT

Förkväll

TV4, 2007-01-22 m.fl.

Beslut SB 333/07

Programmet *Förkväll* i TV4 innehöll ett återkommande inslag där en företrädare för Apoteket samtalade med programledarna och gav olika hälsotips. Mot bakgrund av uppgifter i pressen om att Apoteket hade betalat för sin medverkan beslutade granskningsnämnden att granska fem av de sända programmen.

TV4 AB uppgav att man inte hade några andra affärsrelationer i samband med *Förkväll* än med det produktionsbolag som producerade programmet och de sponsorer som redovisades i särskilda billboards i anslutning till programmet.

Granskningsnämnden konstaterade att skyldigheten att lämna meddelande om att ett program är sponsrat gäller för både direkt och indirekt sponsrade program. När TV4 AB som i det här fallet lagt ut en produktion på ett fristående produktionsbolag måste programföretaget därför informera sig om det förekommit ekonomiska bidrag från någon utomstående till programproduktionen som publiken ska upplysas om. Nämnden underströk även vikten av att TV4 AB vid en produktionsutläggning säkerställer att eventuella externa finansörer inte kan utöva ett otillbörligt inflytande på programinnehållet.

Med den information som nämnden hade tillgänglig i ärendet saknades underlag för slutsatsen att det förekommit indirekt sponsring av programmen som TV4 AB känt till men underlåtit att upplysa publiken om. Det var därför inte visat att det förekommit någon överträdelse av skyldigheten att lämna sponsringsmeddelande.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.*

> *Frågan om indirekt sponsring aktualiserades även i SB 396/09 (avseende programmet Semestersvenskar) som refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.*

Agnetha

SVT1, 2004-06-04

Beslut SB 699/04

Enligt radio- och tv-lagen kan ett program inte anses som sponsrat om det bekostats av någon som framställer audiovisuella verk. Enligt uppgift från SVT var det endast SVT självt och Agnetha Fältskog Produktion AB som hade bekostat programmet och produktionsbolaget var enligt näringslivsregistret verksamt som framställare av audiovisuella verk. Granskningsnämnden kunde därför inte finna att programmet var indirekt sponsrat i lagens mening.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.3.4. Skivor.

3. OTILLBÖRLIGT KOMMERSIELLT GYNNANDE

(5 kap. 5 § och 14 kap. 2 § radio- och tv-lagen)

Program som inte är reklam får inte otillbörligt gynna kommersiella intressen. Detta innebär att programmet inte får uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag. Programmet får inte heller framhäva en vara eller en tjänst på ett otillbörligt sätt.

Enligt granskningsnämndens praxis kan ett kommersiellt gynnande accepteras om det är motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Ju mindre informations- eller underhållningsintresse som finns i ett visst fall, desto mindre är också det gynnande, det vill säga den grad av fokusering på ett varumärke eller ett företagsnamn, som kan tillåtas. Omvänt gäller att en högre grad av fokusering, och därmed gynnande, kan tillåtas om informations- eller underhållningsintresset är betydande. Att tittare eller lyssnare ibland tycker att reklamliknande inslag är informativa betyder självklart inte att kravet på informationsintresse är uppfyllt. Det har inte heller någon betydelse för underhållningsintresset om programmet är populärt och har stor publik. Det är gynnan- det – exponeringen av företaget eller produkten – som ska vara motiverat.

Av äldre förarbeten framgår att man vid bedömningen bör skilja mellan program som programföretaget har producerat och program till vilka företaget bara har köpt visningsrätten, till exempel långfilmer. När det gäller denna typ av program kan det av upphovsrättsliga skäl vara omöjligt för programföretaget att undvika att en produkt fokuseras på ett sätt som har reklamvärde för en näringsidkare. Enligt granskningsnämnden finns det dock en gräns för hur mycket varumärkesexponering som kan tillåtas även i sådana inköpta program.

Kommersiell verksamhet eller inte?

Enligt granskningsnämndens praxis finns ett kommersiellt intresse om det kan antas att den aktuella varan eller tjänsten tillhandahålls av någon som yrkesmässigt bedriver verksamhet av ekonomisk art. Om verksamheten bedrivs i vinstsyfte eller inte har däremot inte någon avgörande betydelse.

Köp och Sälj

Närradiosändningarna i Radio City Östra Värmland 103,8 och 97,0
2002-04-12
Beslut SB 348/02

I det aktuella inslaget *Köp och Sälj* fick lyssnarna annonsera ut saker de ville sälja och efterlysa saker de ville köpa eller hyra. Lyssnare som ville annonsera hade lämnat information om de varor som var till salu och efterfrågades till stationen före programmet och under sändningen läste programledaren upp de meddelanden som hade lämnats. De varor som såldes och efterlystes var bland annat cyklar, möbler, djur, musikinstrument, bilar och biltillbehör.

Granskningsnämnden uttalade att enligt nämndens praxis föreligger ett kommersiellt intresse om det kan antas att den aktuella varan eller tjänsten tillhandahålls av någon som yrkesmässigt bedriver verksamhet av ekonomisk art. Huruvida verksamheten bedrivs i vinstsyfte eller ej bör däremot inte tillmätas någon avgörande betydelse i sammanhanget. Nämnden konstaterade att sändningen innehöll ett stort antal annonser där lyssnare fick sprida information om de varor de hade till salu. Vid förfrågan hade tillståndshavaren upplyst nämnden att det endast var privatpersoner som fick utnyttja annonseringen i *Köp och Sälj* och att annonseringen var kostnadsfri. Att privatpersoner på detta sätt annonserade ut sina ägodelar till försäljning kunde enligt nämnden inte anses innefatta något gynnande av ett kommersiellt intresse.

3.1. KONSUMENTUPPLYSNING

Gokväll

SVT1, 2016-02-20
Beslut 16/00550

Två av inslagen handlade om ekologiskt respektive socialt hållbart mode. En medverkande stylist berättade om hur flera olika modeföretag arbetar med hållbarhetsfrågor. I studion fanns exempel på plagg och produkter från de olika företagen som stylisten visade upp och berättade om. Varumärken namngavs och stylisten sa bland annat att ett klädmärke skapade tidlösa, moderna och lekfulla plagg till innerstan. Stylisten sa vidare att materialet på en klänning var ”otroligt mjukt och härligt”.

Granskningsnämnden ansåg att det fanns ett informations- och underhållningsintresse i att visa upp klädmärken som arbetar med så kallat ekologiskt och socialt

hållbart mode. I inslaget om ekologiskt hållbart mode ansåg dock nämnden att omnämningarna av klädmärkenas namn i kombination med stylistens positiva uttalanden gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget om ekologiskt hållbart mode stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 22050-16).

FÄLLT

Gomorrön Sverige

SVT1, 2011-01-05

Beslut 11/00034

I inslaget recenserades tre tv-spel. Inslaget innehöll bilder på spelen och avsnitt ur speltillverkarnas reklamfilmer. Granskningsnämnden ansåg, trots beaktande av inslagets konsumentupplysande syfte, att den omfattande och långvariga exponeringen av bilder av de recenserade sportspelen – både genom affischer i studiobakgrunden och elektroniskt infogade produktbilder – var väl långtgående. Inslaget stred därför enligt nämnden mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 21636-11).

FRIAT

REA

Barnkanalen, 2015-08-09

Beslut 15/01993

I inslaget testade en barnreporter olika sorters ekologiska chips. I testet jämfördes pris och mängd i påsarna samt kvalitet och smak. Namnen på de olika sorterna nämndes och påsarna visades, för att sedan läggas undan och inte förekomma mer i bild. I stället användes tre koppar där namnen på chipsen stod handskrivna. Därefter satte barnreportern på sig en ögonbindel och sedan blandades kopparna. Under det cirka två minuter långa inslaget testade reportern var och en av chipssorterna för att till slut komma fram till vilken kopp som innehöll godast chips. Reportern berättade även vilka chips hon tyckte var minst goda, då de bland annat var lite för hårda.

Granskningsnämnden ansåg att inslaget innebar ett kommersiellt gynnande. Enligt nämndens mening bör programföretagen iakta stor försiktighet när det gäller kommersiella budskap i program som riktar sig till barn. Mot bakgrund av

programmets konsumentupplysande syfte ansåg dock nämnden att det gynnande som uppkom, även om det förekom i ett barnprogram, uppvägdes av ett informations- och underhållningsintresse och därför inte framstod som otillbörligt.

FRIAT

Spela! Avsnitt 8, säsong 1 och Apple släpper Ipad 3 m.m.

Aftonbladet webb-tv, 2012-03-30

Beslut 12/00778

Programmet *Spela! Avsnitt 8, säsong 1* utspelade sig i en studio där en programledare och två medverkande från aftonbladet.se utsåg de bästa dataspelen år 2011 och diskuterade vad som kommer vara hetast år 2012. Klipp från olika dataspel visades. Enligt granskningsnämnden uppkom ett visst gynnande av de spel som omnämndes i programmet, i synnerhet genom exponeringen av klipp från spelen. Med hänsyn till informations- och underhållningsintresset måste det dock vara möjligt att uppmärksamma och recensera nya spel. Nämnden beaktade programmet konsumentupplysande syfte och ansåg att det inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

I programmet *Apple släpper Ipad 3* beskrevs att en ny surfplatta skulle släppas och det angavs bland annat när den skulle börja säljas i Sverige. Granskningsnämnden fann att det gynnande som uppstod av surfplattan kunde accepteras mot bakgrund av ett omfattande informationsintresse.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 1.3. Utformning av annonssignatur.

FRIAT

Energitipset

TV4, 2010-12-06

Beslut 11/01755

Energitipset var en så kallad filler som sändes mellan två programtrailrar efter programmet *Förkväll*. *Energitipset* var en minut och trettioåtta sekunder långt. Det inleddes och avslutades med ett sponsringsmeddelande där en röst sa ”Programmet presenteras av Vattenfall”. Samtidigt syntes texten ”Vattenfall” med Vattenfalls logotyp samt www.vattenfall.se. På en textskylt i programmets början stod *Energitipset*.

I programmet befann sig en energiexpert i vad som framstod som en lampaffär. Han berättade om hur man kan spara energi bland annat genom att byta ut sina glödlampor mot lågenergilampor. Han visade exempel på några olika sorters lågenergilampor. I samband med att energiexpertens namn och andra upplysningar visades på en elektroniskt infogad skylt i nedre delen av bilden förekom blå-gula färger i anslutning till namnet/informationen vid sammantaget tre tillfällen.

Granskningsnämnden ansåg att *Energitipset* inte kunde bedömas som reklam. Innehållet var inte heller sådant att det kunde anses vara ett sådant meddelande som utan att vara reklam sändes på uppdrag av någon annan och syftade till att främja en sak eller en idé. Fillern utgjorde således inte en annons i radio- och tv-lagens mening.

Granskningsnämnden noterade, mot bakgrund av information på Vattenfalls webbplats, att den medverkande energiexperten var en representant för sponsorn Vattenfall. De färger som visades i de elektroniskt infogade skyltarna var vidare färger som ingick i Vattenfalls logotyp. Enligt nämndens mening uppkom det därmed ett gynnande av Vattenfall i programmet. Mot bakgrund av att det i programmet inte framgick att energiexperten var Vattenfalls egen expert och att färgerna i namnskytarna inte var framträdande, ansåg nämnden dock att gynnandet av Vattenfall inte blev otillbörligt.

Enligt definitionen av produktplacering i radio- och tv-lagen krävs det att det är leverantören av medietjänsten, i detta fall TV4 AB, som mottagit betalning eller liknande ersättning för att ett förhållande ska anses vara produktplacering. När det gäller *Energitipset* var det ett produktionsbolag som hade producerat programmet. Granskningsnämnden saknade anledning att ifrågasätta TV4 AB:s uppgifter om att TV4 AB inte mottagit betalning eller liknande ersättning för att placera en vara, en tjänst eller ett varumärke i marknadsföringssyfte i programmet. Mot den bakgrunden kunde nämnden inte heller finna att någon produktplacering enligt lagens definition hade ägt rum.

FRIAT

Solsting

P4 Radio Stockholm, 2010-06-17

Beslut 10/00174

I det aktuella inslaget hade redaktionen fått en lyssnarfråga om hur cykeluthyrningen i Stockholm fungerar. En representant för Stockholm City Bikes svarade, under cirka fyra och en halv minut, på frågor om uthyrningsverksamheten. Granskningsnämnden uttalade att det i enlighet med nämndens praxis måste vara möjligt för programföretag att i ett konsumentupplysande syfte ge lyssnarna tips om exempelvis hyrcyklar. Ett visst gynnande uppkom genom omnämmandet av webbadress och hyresvillkor. Gynnandet fick dock i detta fall anses vara motiverat av ett tillräckligt informationsintresse.

Kaffets värld

TV4, 2008-05-18

Beslut SB 744/08

Kaffets värld var en serie korta program om kaffe som sändes inom ramen för *Nyhetsmorgon söndag*. Det granskade programmet handlade om rostningsprocessen. En företrädare för ett större rosteri visade hur rostning går till, vad som skiljer olika rostningar åt och hur olika kaffesorter får sina egenskaper. Programmet var sponsrat av ett kafferosteri och en leverantör av kaffemaskiner.

Granskningsnämnden, som beaktade att inga namn på produkter eller varumärken nämndes i programmet, ansåg att det gynnande som trots det kunde ha uppkommit av produkter ur sponsorernas sortiment uppvägdes av informations- och underhållningsintresset.

Äntligen hemma

TV4, 2004-09-28 och 10-05

Beslut SB 94/05

Ett av inslagen i programmet den 28 september 2004 handlade om plantering av blomlökar. Det följdes av ett cirka 1,5 minut långt okommenterat inslag där olika trädgårdsprodukter visades med angivande av inköpsställe och pris. I ett av inslagen i programmet den 5 oktober 2004 fick en familj hjälp att bygga om sin hall. Det följdes av ett minutlångt inslag där olika typer av klädhängare visades på motsvarande sätt.

Enligt granskningsnämnden innebar inslagen med inköpstips otvivelaktigt ett gynnande av de utvalda inköpsställena. Någon särskild fokusering på inköpsställets namn förekom dock inte och det förekom inte heller någon form av köppuppmaning till tittarna. Inköpstipsen hade vidare i båda fallen en innehållsmässig koppling till de inslag de föregicks av. Nämnden ansåg att det gynnande som uppkom var motiverat av ett tillräckligt informationsintresse.

3.2. DRYCKESPROVNING

Inslag med presentation och provsmakning av viner och andra alkoholdrycker har normalt godtagits av granskningsnämnden, eftersom det uppkomna gynnandet anses motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. I följande fall ansåg dock nämnden att exponeringen av de aktuella dryckerna blev alltför framträdande.

FÄLLT

Sveriges mästerkock

TV4, 2016-02-10

Beslut 16/01003

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.

FÄLLT

Exklusivt Ekwall

TV4 Sport, 2009-12-01

Beslut 10/00009

Programmet innehöll en intervju med två idrottsmän. Cirka fem minuter av programmet handlade om en vodka som just skulle lanseras och som en av de medverkande stod bakom. I programmet visades vodkafaskan i bild och det uppgavs vad vodkan skulle kosta och när den skulle lanseras. Programledaren och en medverkande smakade också på vodkan och uttalade sig positivt om den.

Granskningsnämnden ansåg att det skedde en långtgående fokusering på vodka och att den framhövdes på ett sätt som inte uppvägs av ett informations- och underhållningsintresse. Mot bakgrund av vad TV4 AB anförde om att inslaget sändes av misstag ansåg nämnden att den särskilda avgiften skulle bestämmas till 15 000 kronor.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 15 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 43799-10).

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.8.1. Varumärkesexponering på kläder.

FÄLLT

Morronrock

106,7 Rockklassiker, 2009-04-21

Beslut SB 751/09

Vid sex tillfällen under programmet nämnde programledarna att de skulle dricka eller drack kaffelikören Borghetti. Namnet uppgavs vid sammanlagt åtta tillfällen och programledarna pratade om drycken i positiva ordalag, hur den kunde användas och att det var en "Borghetti-morgon".

Enligt granskningsnämndens mening hade inslagen inte en sådan karaktär av dryckesprovning som godtagits i nämndens praxis. Nämnden ansåg att det

uppkom en fokusering på kaffelikören som inte var motiverad av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Rockklassiker Sverige AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 15608-10).

FÄLLT

Äntligen morgon

Mix 107 Umeå m.fl., 2005-09-30

Beslut SB 374/06

Morgonprogrammet *Äntligen Morgon* direktsändes från Stora Torget i Linköping. Programmet gästades av två kockar från en lokal restaurang som lagade mat i studion. Restaurangens namn nämndes vid elva tillfällen under det 40 minuter långa inslaget och den beskrevs som ”Linköpings bästa restaurang”. I samband med att programledarna åt en av de tillagade maträtterna presenterade en av kockarna det vin som serverades till maten. Kocken sa följande.

Det är faktiskt ett chilenskt vin som vi dricker i dag, Sauvignon Blanc från Tabali. Producenten heter Viña Tabali och vinet heter Tabali. Ett ganska friskt vin, lite grape, mineralton. Passar bra till den här rätten just.

En av kockarna berättade att vinet kostade strax under 80 kronor och upprepade namnet på vinet. Därefter sades följande.

(Pgl 1) – Viña Tabali. (Kock) – Från Chile. (Pgl 2) – Viña Tabali. Det betyder bordsvin misstänker jag. (Kock) – Ja. (Pgl 1) - Viña Tabali, Viña Tabali. Kom ihåg Viña Tabali. (Pgl 2) – A tavola, till bords. Tabali, bord, vin.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom en långtgående fokusering på restaurangen och vinet i inslaget som gick utöver vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om särskild avgift och påförde de tre granskade Mix Megapol-stationerna 50 000 kronor vardera för bland annat denna överträdelse. Kammarrätten avslag Mix Megapols överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 5538-07).

Nyhetsmorgon

TV4, 1997-02-21

Beslut SB 356/97

Inslaget handlade om att redaktionens vinexpert NN hade låtit framställa fyra viner som skulle komma att säljas i Systembolagets butiker. I inslaget samtalade programledarna med två vinexperter som hade provsmakat vinerna och med NN.

Granskningsnämnden konstaterade att inslaget var mycket långt (cirka 13 minuter), att det enbart handlade om vinerna i NN:s kollektion och att experterna genomgående omtalade vinerna i mycket positiva ordalag. Nämnden ansåg att den fokusering som förekom på NN och hans viner vida överskred vad som kunde motiveras med hänsyn till något informations- eller underhållningsintresse och att inslaget närmast framstod som ett led i hans marknadsföring. Nämnden fann därför att det stred mot förbudet att otillbörligt gynna kommersiella intressen. Mot bakgrund bland annat av att NN var den aktuella redaktionens egen vinexpert framstod gynnandet som särskilt graverande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 500 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 856-99).

3.3. BÖCKER, FILMER, SKIVOR M.M.

Program och inslag som uppmärksammar nya böcker, filmer, skivor med mera har i allmänhet godtagits med hänsyn till informations- och underhållningsintresset. Som framgår av det följande finns det dock även exempel på fällande beslut i granskningsnämndens praxis.

3.3.1. Böcker

Sportnytt

SVT2, 2011-11-11

Beslut 11/03506

I inslaget recenserades boken Jag är Zlatan av författaren NN. Programledaren höll inledningsvis upp boken och på en bildskärm i bakgrunden visades en bild

på en fotbollsspelare och flera exemplar av boken som låg staplade på varandra. Därefter framförde NN sin recension av den aktuella boken. Under större delen av framförandet syntes boken på bildskärmen i bakgrunden. Under inslaget som var cirka 4 minuter långt syntes boken i bild i cirka 2 minuter och 50 sekunder.

Granskningsnämnden konstaterade inledningsvis att det med hänsyn till informations- och underhållningsintresset måste vara möjligt för SVT att uppmärksamma och recensera en bok om en av världens främsta fotbollsspelare och i detta sammanhang visa boken i bild. Informations- eller underhållningsintresset motiverade emellertid inte ett framhävande av den exponerade produkten på ett så omfattande sätt som blev fallet.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 7050-12).

FÄLLT

Ring så spelar vi

SR P4, 2011-10-22

Beslut 11/0327

En gästprogramledare och debuterande författare intervjuades inför programmet om sitt författarskap. I en frågetävling i programmet delade hon vid fyra tillfällen ut sin egen bok som en bonusgåva till de tävlande.

Granskningsnämnden uttalade att det fanns ett informations- och underhållningsvärde i att låta en känd medieprofil berätta om att hon skrivit en bok där hon delgav sina erfarenheter som småbarnsförälder. Genom utdelningen av boken uppkom dock ett gynnande och framhävande som gick utöver vad som kunde motiveras av ett informations- och underhållningsintresse.

Nämnden ansåg att överträdelsen motiverade en avgift på 50 000 kronor. Förvaltningsrätten biföll nämndens ansökan, dock med en något annorlunda motivering. Förvaltningsrätten ansåg att det bland annat var upprepningen av bokens titel och dess författare och illustratör som medförde att det kommersiella gynnandet av boken blev otillbörligt. Kammarrätten delade förvaltningsrättens bedömning (kammarrättens mål nr 4129-13).

FÄLLT

Unni Drougge på Radio 1

2011-09-05

Beslut 11/02784

I programmet, som den aktuella dagen behandlade ämnet ”den nye mannen”, medverkade två författare som var aktuella med var sin bok i ämnet. Böckernas

titel uppgavs flera gånger i programmet och programledaren lämnade vidare positiva omdömen om böckerna och uppmanade lyssnarna vid flera tillfällen att köpa böckerna.

Granskningsnämnden konstaterade att det finns ett betydande informations- och underhållningsintresse i att uppmärksamma böcker som har skapat debatt och fått uppmärksamhet i media. Nämnden ansåg dock att de upprepade omnämnandena av böckerna, programledarens positiva omdömen om dessa och hennes uppmaningar till lyssnarna att köpa böckerna innebar ett gynnande av de aktuella böckerna som gick långt utöver vad som anses kan vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslagen stred därför mot bestämmelsen.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att tillståndshavaren skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

Gokväll

SVT1, 2011-02-23

Beslut 11/00475

Det aktuella inslaget inleddes med ett kort reportage om bokrean. Reportaget innehöll bilder från en bokhandel. Vid flertalet tillfällen syntes bokhandelskedjan Bokias logotyp i bild. Logotypen syntes bland annat på en skylt med texten ”Köp fem reaböcker betala för fyra. Kom in och hämta din rea-katalog”. Reportaget följdes upp av boktips i studion. På fyra av de böcker som rekommenderades syntes prislapparna med Bokias logotyp tydligt i bild; var och en under cirka sex till elva sekunder.

Granskningsnämnden ansåg att inslagets utformning innebar ett otillbörligt framhävande av bokhandelskedjan och ett säljfrämjande av kedjans varor. Genom inslaget uppkom ett gynnande som inte var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 26079–11).

FÄLLT

Dr Phil

TV4 Plus, 2009-07-23

Beslut SB 972/09

Programmet handlade i sin helhet om Dr Phils frus nya bok. Hon berättade om varför hon skrivit boken och hur hon fått inspiration till den. Olika experter som

bidragit till bokens innehåll medverkade i programmet och hjälpte två kvinnor som skrivit till Dr Phils fru och bett om hjälp. I studion medverkade även en skådespelerska som lovordade boken och uppmanade tittarna att köpa och läsa den. I slutet av programmet summerade Dr Phil och hans fru bokens innehåll och framhöll att den var rik på information och att läsarna skulle få ta del av alla hennes små hemligheter. Under programmet nämndes bokens titel fyra gånger och boken visades i bild vid drygt 30 tillfällen.

Enligt granskningsnämnden uppkom ett gynnande av den aktuella boken genom informationen som gavs om den, de positiva omdömena samt exponeringen. Nämnden ansåg inte att det fanns ett tillräckligt stort informations och underhållningsintresse som uppvägte gynnandet. Även med beaktande av att nämnden ska ta hänsyn till om det rör sig om ett inköpt program som programföretaget inte kunnat påverka utformningen av, kunde nämnden inte komma till en annan bedömning än att programmet stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 150 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2563-12).

> *Granskningsnämnden har vid flera tillfällen fällt avsnitt i programserien Dr Phil för otillbörligt gynnande av böcker som skrivits av programledaren själv och i tre fall ansökt om påförande av särskild avgift (SB 468/05, SB 852/05 och SB 357/09).*

FÄLLT

Meny

SR P1, 2009-05-04

Beslut SB 724/09

Programmet innehöll en intervju med en fotbollsspelare och författare till en aktuell bok med kosttips för personer som tränar mycket. Han berättade bland annat om hur hans matintresse hade väckts och den kostomläggning han tvingats till sedan det konstaterats att han var glutenintolerant. Han gav också exempel på en dagsmeny samt vissa andra råd ur sin bok. I slutet av intervjun fick han frågan var man kunde köpa boken och han svarade: ”Man kan köpa den här i Kalmar och i Emmaboda på bokhandlarna och även på nätet på elmcoaching.se.”

Enligt granskningsnämnden fanns det självfallet ett betydande informations och underhållningsvärde i ett inslag där en framgångsrik idrottsman berättar om sina kostvanor och ger tips och råd om lämplig kost för personer som tränar mycket. Nämnden ansåg dock att de upprepade omnämningarna i programmet av namnet på kokboken tillsammans med den avslutande informationen om inköpsställen

för boken medförde ett gynnande som gick utöver vad som var motiverat av ett informations och underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten avslag granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1202-12).

FRIAT

Veckans brott

SVT1, 2016-12-20

Beslut 16/03525

Inslaget handlade om att en i programmet återkommande kriminologiprofessor tipsade om böcker att ge bort i julklapp. Två böcker (varav den ena var skriven av kriminologiprofessorns dotter) visades i närbild och även en tredje bok visades upp särskilt. Författarna till dessa tre böcker namngavs. Titeln på en bok nämndes två gånger. Titeln på de andra böckerna nämndes inte. De tre böckerna – bland flera andra böcker – syntes till och från på bordet mellan programledaren och professorn under cirka elva minuter. Inslaget med boktips var cirka fyra och en halv minut långt.

Granskningsnämnden ansåg att enbart det förhållandet, att en av böckerna som lyftes fram i inslaget var författad av dottern till den i programmet återkommande kriminologiprofessorn, inte i sig innebar att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg vidare att den aktuella boken, samt ytterligare två böcker som också exponerades och omtalades i positiva ordalag i inslaget, inte framhövdes på ett otillbörligt sätt. Det gynnande som uppkom genom inslaget var enligt nämndens mening motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Melodikryset

P4, 2016-06-11

Beslut 16/01632

I inslaget presenterade programledaren en bok som skulle lottas ut som ett pris i nästa veckas avsnitt av programmet. Programledaren berättade bland annat vad boken hette, vad den kunde användas till och sa två gånger att han tyckte att den lät kul.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett visst gynnande av den aktuella boken genom det positiva omnämmandet under vinstpresentationen i inslaget. Nämnden ansåg dock att gynnandet fick anses motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Aktuellt, Kulturnyheterna och Rapport

SVT1 och SVT2, 2015-08-25, 08-26 och 08-27

Beslut 15/02141, 2145 och 2147

Inslagen handlade om lanseringen av den fjärde boken i den så kallade Millennium-serien och kritik som riktats mot det ansvariga bokförlaget i samband med lanseringen. Inslagen handlade också om kritik som riktats mot att släktingar till författaren av de tidigare böckerna i bokserien låtit en ny författare skriva en fjärde bok efter det att författaren av de tidigare böckerna avlidit. I inslagen visades den nya boken och de tre tidigare böckerna. Den nya bokens omslag visades som längst i ett och samma inslag i totalt cirka 1 minut och 4 sekunder.

Granskningsnämnden konstaterade inledningsvis att det med hänsyn till informations- och underhållningsintresset måste vara möjligt för SVT att sända inslag om en så uppmärksammas boklansering som det var fråga om i det aktuella fallet och att i detta sammanhang visa böckerna i bild. Trots den relativt omfattande exponeringen av böckerna ansåg nämnden att det gynnande som uppkom av böckerna och förlaget var motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Nämnden ansåg inte heller att böckerna eller förlaget i övrigt framhävdes på ett sätt som framstod som otillbörligt i inslagen.

FRIAT

Mittnytt

SVT1, 2011-12-02

Beslut 11/03663

Nyhetsinslaget, som pågick under drygt en minut, handlade om en kokbok om mat som kan förebygga cancer som två läkare skrivit tillsammans med en kock. Bilder från bokens omslag och innehåll samt recept ur boken visades och en av författarna intervjuades. Ett visst gynnande av kokboken uppkom, framförallt genom de bilder som visades i inslaget. Granskningsnämnden ansåg dock att gynnandet i det förhållandevis korta inslaget uppvägdes av ett tillräckligt informationsintresse.

Vetenskapsradion: Historia

SR P1, 2010-02-04

Beslut SB 317/10

I programmet berättade en museiintendent från Livrustkammaren om olika detaljer kring kungliga bröllopsceremonier. Inslaget avslutades med att programledaren sa följande.

Det berättade NN vid Livrustkammaren som i vår alltså kommer med en bok om våra svenska kungabröllop från Gustav Vasa till i dag. En brud för kung och fosterland kommer den att heta. Håll utkik efter den i boklådorna i vår.

Genom att författaren medverkade i programmet och att programledaren berättade detaljer om den kommande boken uppkom enligt granskningsnämnden ett visst gynnande av boken. Nämnden ansåg att programledarens uppmaning att hålla ”utkik efter den i boklådorna i vår” förstärkte gynnandet och därför var diskutabel. Fokus i inslaget var dock inte på den kommande boken och vid en sammantagen bedömning ansåg nämnden att det uppkomna gynnandet uppvägdes av ett informations- och underhållningsintresse.

Pang Prego

SR P3, 2009-09-20

Beslut SB 979/09

Samma vecka som SR fälldes för otillbörligt gynnande av en fotbollspelares kokbok i *Meny* förekom ett inslag i humorprogrammet *Pang Prego* där programledarna gjorde sig lustiga över fällningen och över de recept som fanns i kokboken. Granskningsnämnden ansåg att inslaget i *Pang Prego* – som innehöll både detaljerade prisuppgifter och adressen till den webbplats där kokboken kunde beställas – innebar ett visst gynnande av kokboken. Mot bakgrund av inslagets ironiska och humoristiska karaktär ansåg dock nämnden att någon överträdelse av bestämmelsen om otillbörligt gynnande inte hade skett i detta fall.

3.3.2. Böcker författade av företrädare för programföretag

FÄLLT

Gomorrön Sverige

SVT1, 2011-04-26

Beslut 11/01265

I inslaget intervjuades NN som var aktuell med boken Kungligt snygg: mäktiga modedrottningar och stilsäkra prinsessor. Granskningsnämnden konstaterade att NN var en företrädare för programföretaget. Lämpligheten i att presentera en bok som är författad av en person som regelbundet leder program i SVT kunde enligt nämnden diskuteras. Presentationen av boken och den exponering som förekom – både genom att boken låg framme på bordet under hela intervjun och att dess omslag visades på en stor skärm i bakgrunden – innebar ett gynnande av den aktuella boken. Med anledning av det förestående bröllopet i England fanns dock ett informations- och underhållningsintresse för det ämne som boken behandlade. Vid en sammantagen bedömning ansåg nämnden slutligen att exponeringen av den aktuella boken, och det förhållandet att den var skriven av en företrädare för programföretaget, innebar ett framhävande av boken som inte kunde anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 21641-11).

FRIAT

P1-morgon och Ekot

SR P1, 2016-03-17 och 03-22

Beslut 16/00842 m.fl.

Inslaget i *P1-morgon* handlade om att journalisten NN och en kock hade gett ut en ny bok. Inledningsvis i inslaget namngavs boken och programledaren sa att det bärande budskapet i boken var att det finns mat som både kan få oss att må bättre och rädda världen. Programledaren sa också att NN säkert var känd för många radiolyssnare för radioserien *Matens pris*. Programledaren intervjuade NN som berättade om sin resa som en miljömedveten människa med nya matvanor. NN sa att grundregeln var att äta väsentligt mindre kött och socker och mer grönt. NN sa vidare att man skulle äta ekologiskt och efter årstiderna samt att man skulle ställa bilen och ta cykeln i stället.

Inslaget i *Ekot* handlade om att farliga bekämpningsmedel återfunnits i livsmedel och nyhetsuppläsaren sa i slutet av inslaget följande.

Reporter [NN] som också skrivit boken [bokens titel] som handlar om kemikalierna i maten. Mer om detta på sverigesradio.se.

Granskningsnämnden ansåg att lämpligheten i att presentera en bok som är författad av, bland andra, en medarbetare som regelbundet framträder i SR kunde diskuteras. Nämnden ansåg dock att detta förhållande i sig inte innebar att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Omnämningarna av den aktuella boken och dess innehåll i de olika inslagen innebar inte heller, enligt nämndens mening, ett framhävande av boken som gick utöver vad som fick anses motiverat av ett tillräckligt informationsintresse.

FRIAT

Efter tio

TV4, 2013-04-03

Beslut 13/00841

Programmet bestod till största delen av inslaget *Malous bokklubb* där sex olika författare som var aktuella med varsin bok intervjuades. De aktuella författarnas böcker visades i bild vid flera tillfällen under programmet. En av författarna var NN som presenterades av programledaren som en "kär kollega". Han var aktuell med en bok för hemmafixare och sa bland annat att det saknades en bok på marknaden som tog upp hemmafixarens alla problem och möjligheter. Intervjun med NN varade i cirka elva minuter och under delar av intervjun syntes boken i bild framför programledaren och NN.

Granskningsnämnden, som konstaterade att NN var en företrädare för TV4, ansåg att lämpligheten i att presentera en bok av en författare som regelbundet leder program i TV4 kunde diskuteras. Nämnden ansåg dock att detta förhållande i sig inte innebar att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Även om den aktuella boken exponerades i bild vid ett flertal tillfällen under intervjun så ansåg nämnden att den inte framhövdes på ett otillbörligt sätt. Det gynnande som uppkom var enligt nämndens mening motiverat av ett underhållnings- och informationsintresse.

Gomorrön Sverige

SVT1, 2011-04-14

Beslut 11/00969

Programledaren och NN, som presenterades som journalist på SVT:s ABC-redaktion, samtalade om begreppet ”medelsvensson” med anledning av den nya boken Vem är Svensson? – allt du vill veta om din granne, som NN skrivit. Inslaget var åtta minuter långt och programledaren höll upp boken i början och slutet av inslaget. Däremellan zoomade kameran in boken två gånger under samtalet när den stod i ett ställ på ett bord bredvid soffan.

Granskningsnämnden ansåg att lämpligheten i att presentera en bok som är författad av en medarbetare som regelbundet framträder i program i SVT kan diskuteras. Nämnden ansåg dock att detta förhållande inte i sig innebar att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Exponeringen av den aktuella boken var inte heller så omfattande att den innebar ett framhävande av boken som inte var motiverat av ett underhållnings- eller informationsintresse.

Schulman i P1

SR P1, 2009-11-11

Beslut SB 189/10

I inslaget talades om de positiva omdömen som finns på bokomslag i syfte att locka till köp, så kallade blurb. Utgångspunkten var en blurb som fanns på programledarens egen bok, där två lösryckta positiva ord från en i övrigt negativ recension hade använts för att marknadsföra pocketupplagan av boken. Programledaren läste även upp de övriga omdömena som förekom på omslaget och nämnde bokens titel. Senare i programmet medverkade två författare vars gemensamma bok just hade kommit ut. Under samtalet med författarna läste programledaren upp en text med en mycket positiv blurb som de hade skrivit till sin egen bok, och som avslutades med en köpuppmaning.

Granskningsnämnden ansåg att lämpligheten i att en programledare tog sin egen bok som utgångspunkt för ett inslag kunde ifrågasättas. Eftersom diskussionen främst kom att handla om hur hans förlag använt lösryckta ord ur en recension för att marknadsföra boken ansåg nämnden dock att det eventuella gynnande som uppkom inte gick utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset. Genom uppläsningen av den positiva texten om de två medverkande författarnas bok uppkom ett visst gynnande av boken. Mot bakgrund av inslagets ironiska och humoristiska karaktär ansåg nämnden dock att någon överträdelse av bestämmelsen om otillbörligt gynnande inte hade skett i det fallet heller.

3.3.3. Filmer

FÄLLT

Se trailern till den nya "Ghostbusters"

DN webb-tv, www.dn.se/webb-tv, 2016-06-16

Beslut 16/01718

Programmet *Se trailern till den nya "Ghostbusters"* var en trailer för en aktuell film. Granskningsnämnden konstaterade att det inte hade framkommit något i ärendet som tydde på att trailern var en annons eller reklam som sänts mot betalning eller på uppdrag av annan. Därmed omfattades trailern av bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden, som konstaterade att trailern utgjorde ett marknadsföringsmaterial för den aktuella filmen, ansåg att tillhandahållandet av *Se trailern till den nya "Ghostbusters"* innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen och programmet stred därför mot bestämmelsen i radio- och tv-lagen.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att DN skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

Bakom Änglavakt

TV4, TV4 Plus m.fl., mars – april 2010

Beslut 10/00034

De två programmen *Bakom Änglavakt* var så kallade bakom kulisserna-program om filmen *Änglavakt* som hade premiär den 19 mars 2010. Det ena programmet, 27-minuters-versionen, sändes i TV4, TV4 Plus och TV4 Film vid 11 tillfällen under perioden 15–28 mars 2010. Det andra programmet, tre-minuters-versionen, sändes i TV4, TV4 Plus, TV4 Film, TV4 400, TV4 Komedi och TV4 Guld vid 109 tillfällen under perioden 1 mars–14 april 2010.

Granskningsnämnden ansåg att programmen stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden konstaterade att programmen hade samma grafiska inramning som filmen *Änglavakt* och att filmmusiken användes återkommande, vilket förstärkte framhävandet av filmen. Tempot och den fragmentariska handlingen gjorde att utformningen av det kortare programmet hade karaktär av marknadsföringsmaterial och därmed en säljfrämjande utformning. Det stora antalet repriseringar i TV4:s kanaler då filmen var biografaktuell förstärkte intrycket av att programmen var avsedda att tjäna nytta för marknadsföringen av filmen. Gynnandet som uppkom var inte motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse.

Granskningsnämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift om 2 000 000 kronor. Förvaltningsrätten biföll delvis nämndens ansökan och påförde TV4 AB en särskild avgift om 1 000 000 kronor för otillbörligt gynnande (förvaltningsrättens mål nr 43190-10).

FÄLLT

Göta kanal 3 – bakom kulisserna

TV4 och TV4 Plus, december 2009 – februari 2010

Beslut SB 224/10

De två programmen var så kallade bakom kulisserna-program om filmen *Göta kanal 3 – Kanalkungens hemlighet* som hade premiär julen 2009. Det ena programmet, som var en längre version, sändes i TV4 Plus den 30 december 2009 och den 1 januari 2010. Det andra programmet sändes vid 35 tillfällen i TV4 och 41 tillfällen i TV4 Plus under perioden december 2009 till februari 2010. I programmens inledning visades texten ”Bakom kulisserna på Göta kanal 3”. Orden Göta kanal 3 var skrivna i samma formation, typsnitt och färger som på marknadsföringsmaterial för biografifilmen. I programmen visades ett flertal klipp från biografifilmen. Filmens regissör, manusförfattare och skådespelare presenterades och intervjuades. Det förekom även inslag som handlade om filmteknik och specialeffekter.

Granskningsnämnden ansåg att programmen stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden konstaterade att de grafiska element som förekom i inledningen av programmen var i det närmaste identiska med de som återfanns på officiellt marknadsföringsmaterial för filmen. Nämnden konstaterade vidare att den biografaktuella filmen i båda programmen presenterades i positiva ordalag och på ett sådant sätt att förväntningar kring upplevelsen av filmen byggdes upp. Det kortare programmet sändes dessutom under de två månader då filmen var högaktuell på biograferna vid sammanlagt 76 tillfällen i TV4 och TV4 Plus. Nämnden ansåg därför att sändningarna måste ses som ett led i marknadsföringen av filmen.

Granskningsnämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift om 2 000 000 kronor. Förvaltningsrätten biföll delvis nämndens ansökan och påförde TV4 AB en särskild avgift om 1 000 000 kronor för otillbörligt gynnande. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 3559-12).

Veckans Brott

SVT1, 2011-12-20

Beslut 12/03814

I programmet förekom ett inslag där programledaren och en kriminolog pratade om kriminalromaner. Samtalet utspelade sig vid ett bord i en studio. På väggarna bakom bordet satt tre filmaffischer som under delar av inslaget var synliga i bild. Granskningsnämnden konstaterade att affischerna förekom i bild vid ett flertal tillfällen och att särskilt en filmaffisch exponerades bakom den medverkande experten, men att texten med den filmens namn inte någon gång syntes i sin helhet. Nämnden ansåg att filmaffischerna inte framhövdes på ett otillbörligt sätt.

3.3.4. Skivor**Västerbottensnytt**

SVT1, 2011-02-04

Beslut 11/00337

Inslaget bestod av en intervju med artisten NN som hade börjat spela ishockey, vilket länge hade varit hennes dröm. Hon intervjuades på en ishockeyrink bland sina lagkamrater. Under inslaget talades om NN:s musikaliska arbete och i samband med det exponerades hennes nya cd i bild vid ett par tillfällen, uppställd på isen och sargen. Granskningsnämnden ansåg att NN:s nya cd-skiva framhövdes på ett otillbörligt sätt genom de arrangerade bilderna på skivomslaget.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 11017-11).

Nyhetsmorgon

TV4, 2008-06-25

Beslut SB 745/08

I programmet sjöng och spelade musikern NN en låt i studion tillsammans med en annan musiker. I bakgrunden visades sex tv-skärmar med bilder på omslaget till hennes kommande skiva. Vid ett par tillfällen visades närbilder på skärmarna i sammanlagt cirka 30 sekunder.

Granskningsnämnden ansåg att den massiva exponeringen av omslaget till artistens kommande skiva innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella

intressen som inte var motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot förbudet mot otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1586-10).

FÄLLT

Göteborgspatrullen

Kanal Lokal Göteborg, 2007-04-05

Beslut SB 691/07

I programmet *Göteborgspatrullen* förekom ett inslag om en ståuppkomiker och hans nya dvd, ”Uncut”. I slutet av inslaget stod det ”Beställ Uncut på [webbadress]” längst ner i bild. I ett annat program samma dag medverkade ett jazzband. Vid ett tillfälle höll en av programledarna upp bandets nya skiva ”Aurora” så att den syntes tydligt i bild. I slutet av programmet höll även den andra programledaren upp skivan och sa ”Köp skivan allihopa – Aurora”.

Granskningsnämnden ansåg att såväl inslaget med beställningsinformation om komikers dvd som uppmaningen att köpa jazzbandets nya skiva stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Granskningsnämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att Kanal Lokal Göteborg skulle påföras en särskild avgift om 25 000 kronor. Förvaltningsrätten biföll delvis nämndens ansökan och påförde Kanal Lokal Göteborg en särskild avgift om 15 000 kronor för otillbörligt gynnande av kommersiella intressen (förvaltningsrättens mål nr 25767-07).

FÄLLT

Festen har börjat

TV4, 2001-05-24

Beslut SB 445/01

Programmet innehöll en studiókonsert där en artist framförde elva av sina låtar från åren 1973–2000. Konserten varvades med faktarutor, videosekvenser och inslag där kända personer berättade om artisten. Programmet hade samma namn som artistens samlingskiva som släpptes till försäljning dagen före sändningen av programmet och i vilken TV4 AB hade ett ekonomiskt intresse.

Granskningsnämnden ansåg att det måste finnas utrymme för programföretagen att sända program med populära artister även om dessa just lanserat en ny

skiva. Programföretagen måste dock i sådant fall iaktta särskild försiktighet med fokusering på skivan. Enligt nämndens mening uppkom det redan genom att programmet getts samma namn som skivan ett gynnande av artistens album som inte kunde anses motiverat av något tillräckligt starkt informations eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 200 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 19677-01).

FRIAT

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01458

Vid flera tillfällen under morgonen pratade programledarna om artisten NN och dennes nya låt "Bastukungen" som släpptes samma dag. Inför att NN skulle komma in i studion sa programledarna vid flera tillfällen att deras Morronzoo-kompis snart skulle göra dem sällskap, att det var premiär för den nya låten och att det var otroligt spännande. NN var sedan med i studion under stora delar av sändningarna. Den nya låten spelades och programledarna sa bland annat att den var riktigt bra och att de trodde att den skulle bli en hit. Under resten av sändningarna pratade programledarna vid flera tillfällen om att NN:s låt hade haft premiär och att man spelat in en musikvideo som fanns på *Rix Morronzoos* Instagram.

Granskningsnämnden konstaterade att det under sändningen uppkom ett gynnande av den medverkande artisten och dennes nya låt. Det gynnande som uppkom fick dock anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Även uppmaningen att följa radiostationen på Instagram och ta del av den musikvideo som fanns där fick accepteras med hänvisning till informations- och underhållningsintresset.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.1.1. Största tillåtna annonsvolym, 1.3. Utformning av annonssignatur, 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m., 2.3.1. Början och slutet på ett program, 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden och 3.9. Vinstpresentationer.*

FRIAT

Kents fans tycker till om sista plattan

Sörmlands TV, sormlandstv.se, 2016-05-18

Beslut 16/01773 – 1775

I programmet berättade reportern om musikgruppen Kents nya album och att en förhandslyssning skedde i Eskilstuna. Fans hade samlats på torget och gick i

kortege till förhandslyssningen. Reportern sa att hon trodde att skivan skulle gå till historien som en av bandets bästa. Reportern intervjuade ett antal personer som lyssnat på den nya skivan och frågade vad de tyckte om den och vilken som var deras favoritlåt. Reaktionen var positiva. Namnet och omslagsbilden på den nya skivan visades.

Granskningsnämnden konstaterade att det uppkom ett gynnande av kommersiella intressen i programmet, men att gynnandet kunde accepteras mot bakgrund av informations- och underhållningsintresset.

FRIAT

P3 Musik

SR P3, 2008-10-24

Beslut SB 138/09

Det en timme långa programmet leddes av musikern NN. Han spelade uteslutande originalversionerna till coverlåtarna på sin kommande skiva. Musiken varvades med prat av NN där han presenterade originallåtarna på ett positivt sätt och berättade historier kring artisterna. Han gjorde även flera direkta hänvisningar till sin skiva, bland annat uppgift om titel och lanseringsdatum.

Enligt granskningsnämnden kunde det diskuteras om inte de direkta hänvisningarna till skivan innebar en alltför stor fokusering på produkten. Vid en samlad bedömning ansåg nämnden dock att det uppkomna gynnandet uppvägdes av ett tillräckligt underhållningsintresse. Tre ledamöter var skiljaktiga och ville fälla programmet.

FRIAT

Agnetha

SVT1, 2004-06-04

Beslut SB 699/04

Programmet var uppbyggt kring en intervju med artisten NN, som efter 17 års tystnad hade släppt en ny skiva. Intervjun med henne handlade delvis om låtar på skivan, men även om tiden med ABBA, om barnen och om hennes personlighet. Programmet innehöll dessutom avsnitt från den musikvideo som framstälts i anslutning till skivan och ytterligare filmat material som framstälts särskilt för programmet. Det förekom även korta sekvenser från framträdanden med ABBA. Av eftertexterna framgick att Agnetha Fältskog Produktion AB fanns med bland programmets producenter.

Granskningsnämnden konstaterade att programmet visserligen handlade om NN:s nyutkomna skiva och de låtar som fanns på den, men att det också innehöll annat material. Nämnden ansåg dessutom att det fanns ett betydande

underhållnings och informationsintresse av att visa programmet. Programmet stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 2.5. Indirekt sponsring.*

3.3.5. Dataspel

FRIAT

FÄLLT

Kontroll

SVT2, 2005-11-28

Beslut SB 241/06

Programmet inleddes med ett inslag om de nya spelen Ratchet: Gladiator och Sly 3. Smakprov ur spelen visades och företrädare för de företag som utvecklat spelen beskrev vad som var nytt med dem. Spelen recenserades därefter av en medverkande expert i studion. Senare i programmet följde ett inslag om Microsofts nya spelkonsol Xbox 360, som skulle börja säljas i Sverige några dagar senare. Upphovsmannen NN berättade om spelkonsolens design och tekniska finesser.

Under det cirka fem minuter långa inslaget visades närbilder på Xbox 360 under sammanlagt cirka en minut. Dessutom visades bilder på utställningsmontrar med Xboxar i olika utföranden under cirka 45 sekunder.

Granskningsnämnden ansåg att det gynnande som uppkom av spelen inte gick utöver vad som kunde godtas i ett konsumentupplysande sammanhang. Inslaget med NN med däri ingående exponering av spelkonsolen Xbox 360 framstod emellertid som ett rent marknadsföringsinslag och innebar enligt nämndens mening ett gynnande av Xbox 360 som gick utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 8433-06).

> *Se även beslut 11/00034 och 12/00778 som refereras i avsnitt 3.1. Konsumentupplysning.*

3.3.6. Tidningar

FÄLLT

TV4Nyhetererna

TV4, 2010-02-19

Beslut SB 377/10

Inslaget handlade om att NN satsade på en ny skvallertidning trots kris i tidningsvärlden. En reporter sa att tidningen S – som i stjärnor, sex och skvaller – var en finare skvallertidning och att den skulle rädda tidsskriftsdelen av Bonnier. NN, som i inslaget titulerades ”tidningsdrottningen” och ”vinstmaskin”, höll upp ett nummer av tidningen S framför sitt ansikte. Hon sänkte sakta tidningen till dess ansiktet syntes helt. Tidningsomslaget förekom i bild i cirka fem sekunder, varefter bilder och reportage ur tidningen visades. NN intervjuades om satsningen. Hon sa bland annat att den nya tidningen skulle fylla ett hål som fanns på marknaden och att den var ett äktenskap mellan Svensk Damtidning och Veckans Affärer.

Granskningsnämnden uttalade att en rapportering om en lansering av aktuellt slag naturligtvis kan ha ett stort informationsvärde. Inslaget var dock utformat på ett sådant sätt – såväl bild- som informationsmässigt – att det uppkom ett klart gynnande av tidningen. Gynnandet uppvägdes inte i tillräcklig grad av informations- eller underhållningsintresset och inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 6890-12).

FÄLLT

Festival-TV

Kanal Lokal Stockholm, 2008-08-16

Beslut SB 977/08

Programmet innehöll ett tävlingsinslag som Kanal Lokal höll i samarbete med en namngiven veckotidning. Samarbetet nämndes flera gånger under inslaget, där även två företrädare för tidningen medverkade. Programledaren uppmanade tittarna att lämna in sina tävlingsbidrag till tidningens festivaltält eller dess blogg, vars webbadress både lästes upp och visades i bild. Granskningsnämnden ansåg att omnämningarna och den sammanlagda exponeringen av veckotidningen stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att tillståndshavaren skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FRIAT

FÄLLT

Mix Megapol

Mix Megapol 107,4 Sundsvall m.fl., 2009-01-09

Beslut SB 446/10

Sändningarna innehöll musik, prat, annonser, nyheter och väder och granskades bland annat mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Västerbottens Folkblad

I sändningarna i Mix Megapol 107,0 Umeå pratade programledaren om olika lokala händelser och nyheter. I samband med detta hänvisade programledaren vid 21 tillfällen till tidningen Västerbottens Folkblad och vid två tillfällen angav programledaren tidningens webbadress.

Granskningsnämnden konstaterade att det måste vara möjligt, och också anses lämpligt, att med en källhänvisning ange vem som står bakom en viss nyhet. Upplägget kräver dock en viss försiktighet med fokuseringen på den aktuella källan. Enligt nämndens mening uppkom ett gynnande av tidningen som gick långt utöver vad som kunde anses vara motiverat av ett informationsintresse. Inslagen stred därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Dagbladet och Sundsvalls Tidning

I sändningarna i Mix Megapol 107,4 Sundsvall pratade programledaren om olika lokala händelser och nyheter. I samband med detta hänvisade programledaren vid tolv tillfällen till Dagbladet. Vid tre tillfällen hänvisade programledaren till Sundsvalls Tidning och vid ett tillfälle angav han tidningens webbadress.

Genom de upprepade hänvisningarna, och därmed den höga graden av fokusering på Dagbladet som detta innebar, uppkom enligt nämnden ett gynnande som inte kunde anses vara motiverat av ett informationsintresse. Inslagen stred därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

De enstaka hänvisningarna till Sundsvalls Tidning och dess webbplats var enligt nämndens mening motiverade av ett informationsintresse och innebar därför inte någon överträdelse av bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SBS Radio AB skulle betala en särskild avgift om totalt 40 000 kronor för det otillbörliga gynnandet av Västerbottens Folkblad och Dagbladet (förvaltningsrättens mål nr 36026-10).

Godmorgon, världen!

SR P1, 2015-08-23

Beslut 15/02100

Inslaget var en krönika som handlade om krönikörens uppfattning om mediers agerande generellt samt om en särskild tidskrift. I krönikan sades bland annat följande.

Det fick mig att tänka på varför brittiska [namn på tidskrift] är världens bästa tidskrift. Den har aldrig oroat sig över om dess sakliga omvärldsbevakning sårar läsarnas känslor. När jag började läsa tidningen använde den en slogan som drev med dem som strök läsarna medhårs, [namn på tidskrift], not read by millions of people. [Namn på tidskrift] som just nu genomgår ett ägarbyte, började jag läsa för att jag hade för många morgontidningar hemma. Jag insåg snart att jag läste samma artikel i tidning efter tidning och faktiskt blev lite mindre allmänbildad ju fler tidningar jag läste. Jag behövde välja ut en tidning i stället och försöka läsa allt i den, även sådant jag var mindre intresserad av. Det blev [namn på tidskrift]. Och det var annorlunda. Här finns inga signerade artiklar och därför inte heller journalister som tävlar om status. Här finns inga scoop eller sensationer.

Granskningsnämnden konstaterade att det genom de positiva beskrivningarna visserligen uppkom ett gynnande av tidskriften. Mot bakgrund av att gynnandet förekom inom ramen för en personligt hållen krönika, som hade en tydligt recenserande form, ansåg nämnden dock att gynnandet fick anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Nordegren i P1

SR P1, 2009-03-19

Beslut SB 752/09

I programmet diskuterades ämnet för en krönika som programmets bisittare, NN, skrivit i tidningen Fokus. Efter diskussionen förekom följande dialog mellan programledaren och NN.

(Pgl) – Den som vill kolla hur du har formulerat dig kan ju läsa Fokus. De behöver ju lite stöd, de är visst på fallrepet. (NN) – Nej, det tror jag inte, men de behöver stöd, för det är en bra tidning. (Pgl) – Men de behöver fler prenumerationer. (NN) – Prenumererar du? (Pgl) – Ja, det gör jag. (NN) – Bra, Thomas. (Pgl) – Helt privat, inte på jobbet, utan jag har faktiskt en privatprenumeration. Jag tycker faktiskt... Jag

älskar faktiskt veckomagasin. Jag tycker att det vore synd om även Fokus dog. (NN) – Är det här otillbörligt gynnande? (Pgl) – Det är det säkert, men det skiter vi i.

Granskningsnämnden ansåg att det var mindre lämpligt att programledaren berättade att han prenumererade på tidningen. Nämnden kunde dock inte finna att uppgiften – sedd i sitt sammanhang – eller de korta omnämningarna och positiva omdömena om tidningen medförde att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

3.4. EVENEMANGSTIPS

FÄLLT

Ring P1

SR P1, 2016-01-26

Beslut 16/00222

Programledaren sa i programmet att lyssnare kunde ringa in när som helst på dygnet och då stå helt oemotsagda och utan följdfrågor. Därefter presenterade hon ett förinspelat lyssnarsamtal med följande innehåll.

I dessa dystra urdeppiga tider behöver människan få skratta. Ja, verkligen skratta. Och det får man om man går till Intiman i Stockholm för att uppleva Charleys Tant. Med suveräna [---] och hela den underbara ensemblen. Jag har inte skrattat så mycket sedan jag såg [---] i samma pjäs på Vasa 1977. Och om bara de underbara ljudteknikerna kan sänka volymen en grad så blir detta årtusendets skrattfest, jag garanterar. Med ett skratt och tack ifrån hjärtat hälsar [...].

Sedan sa programledare följande.

Å så välformulerat och starkt. Tack så hemskt mycket. Att skratta som sagt, det är viktigt och det förlänger livet hävdar ju vetenskapen och forskningen. Så att ni får väldigt gärna försöka sprida lite skratt och glädje i det här programmet också. Och ni får väldigt gärna ringa och vara arga, upprörda å ja vad ni vill. [---]

Granskningsnämnden ansåg att inringarens positiva beskrivning av den aktuella teaterföreställningen medförde ett klart gynnande av föreställningen. Gynnandet förstärktes av programledarens efterföljande uttalanden. Mot bakgrund av att det aktuella lyssnarinlägget dessutom var förinspelat ansåg nämnden att gynnandet

gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog SR:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 3807-17).

FÄLLT

Melodikryssat

SR P4, 2014-09-06

Beslut 14/02182

I ett direktsänt avsnitt av *Melodikryssat* pratade programledaren med en man i publiken om vad mannen skulle göra senare under dagen. Under samtalet sades bland annat följande.

(Programledare) – Ja. Varför inte ut till Djurgården? (Man) – Absolut, det är jättefint där. (Programledare) – Både Skansen och Gröna Lund är ju öppna än så länge. (Man) – Ja, då passar man på där då. (Programledare) – Junibacken! Har du varit på Junibacken? (Man) – Nej, jag har aldrig varit där. (Programledare) – Nej, men du det hade inte jag heller för jag trodde det var bara för barn och så fick jag komma dit och åka det här sagotåget genom Astrid Lindgrens värld. Det var något fantastiskt. (Man) – Ska nog pröva på det ja. (Programledare) – Ja, alltså helt allvarligt. Bland det mest gripande jag har sett. Man åker i en liten linbana genom Astrid Lindgrens sagovärld och så berättar hon själv i högtalarna. Ja, det var grejer det. Är ni här i stan i dag så åk ut till Junibacken. Ja, så är det.

Granskningsnämnden ansåg att programledarens positiva beskrivning, tillsammans med uppmaningen till besök, medförde ett gynnande av Junibacken som gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 31128-14).

FÄLLT

Estrad

Radio Burlöv, 2010-12-04

Beslut 10/01367

I inslaget berättades det utförligt om en kommande musikal på Malmöoperan. Premiärdatum, kontaktuppgifter och inköpsställen för biljetter nämndes. Programledaren avslutade inslaget med en uppmaning att inte missa föreställningen. Granskningsnämnden konstaterade att det finns ett informationsintresse av att berätta om kommande kulturevenemang i närradion, men att inslaget närmast hade karaktären av reklam och därför motiverade en avgift om 5 000 kronor.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Sändarföreningen Enter skulle betala en särskild avgift om 5 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten biföll Sändarföreningen Enters överklagande och upphävde förvaltningsrättens dom. Nämnden överklagade kammarrättens dom till Högsta förvaltningsdomstolen, som biföll nämndens överklagande och upphävde kammarrättsdomen samt fastställde förvaltningsrättens domslut (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 3315-13).

FÄLLT

God morgon Stockholm

Radio Stockholm, P4, 2009-04-09

Beslut SB 784/09

Ett inslag i Radio Stockholm innehöll evenemangstips för barn. Där medverkade NN, som drev en tidning och webbplats med tips på aktiviteter för barn. NN berättade bland annat om påsklovsprogrammen på olika museer, vad man kunde göra på Tom Tits i Södertälje och ett kortfilmspaket på biografen Zita. Han lämnade uppgifter om öppettider och biljettpriser för aktiviteterna och var biobiljetterna kunde bokas. Programledaren beskrev Tom Tits som ett ”skönt ställe” som vunnit priser och uppmanade till ett heldagsbesök. Avslutningsvis hänvisade hon också till NN:s webbsida.

Enligt granskningsnämnden måste det vara möjligt för SR att lämna evenemangstips av det aktuella slaget. Nämnden konstaterade dock att tipsen innehöll prisuppgifter, positiva omdömen, uppmaningar till besök och i ett fall uppgift om var biljetter kunde bokas. Sammantaget ansåg nämnden att det sätt på vilket tipsen lämnades samt programledarens hänvisning till NN:s webbplats medförde ett gynnande av kommersiella intressen som inte vägdes upp av informationsintresset.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 16156-10).

Radio Vallentuna

2007-10-17

Beslut SB 175/08

En intervju med artisten NN avslutades av programledaren på följande sätt.

NN alltså här i V97, norrorts egen lokalradio. Som alltså uppträder på Täby Park Hotell nu på söndag faktiskt [...]. Missa inte det, jag tror det blir fantastiskt själv jag.

Därefter spelades musik. Efter musiken sa programledaren följande.

Jag pratade ju med NN här som uppträder på Täby Park Hotell alltså, nu på söndag, och då glömde jag ju tala om vilken tid det var [...]. Då kan jag tala om att det är 18.30 på söndag om du vill titta på NN och alla hennes vänner.

Granskningsnämnden ansåg att omnämmandet av var och när artisten NN skulle uppträda, tillsammans med programledarens uppmaning att inte missa uppträdandet, innebar ett otillbörligt gynnande som inte motiverades av ett underhållnings och informationsintresse.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.9. Vinstpresentationer och 3.11. Hänvisning till webbplatser och sociala medieplattformar.

Trailer för en konsert

SR Dalarna, P4, 2005-04-05

Beslut SB 703/05

SR Dalarna sände en trailer som försökte locka publik till inspelningen av en konsert. Trailern hade följande lydelse.

Vill du höra ny svensk folkmusik, äkta Älvdalspop, sweet soul music, irländsk folkmusik, reggaerock och surfpop? Ta dig då till Orsa Stadshotell nu på fredag och upplev en musikalisk helkväll med Sveriges Radio Dalarna. Du träffar bland annat Jigs UnReel, Glädjebåten, The Local Abilities, Soul of Blues och Benght's Blandade Damer. Missa inte Lokalen live på Orsa Stadshotell nu på fredag. Förköpsbiljetterna kostar 100 kronor och finns på orsamusik.nu i Orsa.

Enligt granskningsnämnden måste det vara tillåtet för SR att informera lyssnarna om inspelningar av kulturevenemang som företaget är med och arrangerar. Nämnden ansåg dock att informationen i detta fall hade getts en alltför reklamliknande utformning.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslag SR:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2622-06).

FÄLLT

Tvärsnytt

SVT2, 2004-03-10

Beslut SB 355/04

I inslaget sades följande.

En av Sveriges hetaste artister kommer till Örebro i sommar. I dag blev det klart att Per Gessle och hans Gyllene Tider spelar på Eyravallen den fjärde augusti. Biljetterna som släpps på fredag kommer att kosta 325 kronor.

Granskningsnämnden ansåg att det innebar ett kommersiellt gynnande av evenemanget att ange biljettpriset och att det uppkomna gynnandet gick utöver vad som kunde anses motiverat av ett allmänt informationsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

FÄLLT

Radio Krokomb

2014-04-19

Beslut 14/01284

Sändningarna bestod av ett flertal inslag med diverse innehåll som bland annat granskades mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Det första inslaget innehöll evenemangstips från den lokala turistbyrån. Enligt granskningsnämndens mening innebar omnämningarna av ett flertal företag, evenemang och produkter ett gynnande. Gynnandet uppvägdes dock av ett tillräckligt informationsintresse.

Två andra inslag innehöll intervjuer med gäster. I det ena inslaget intervjuades en arrangör av en bluesfestival. Genom bland annat programledarens positiva uttalanden samt upplysningarna om var biljetter kunde köpas framhävdes festivalen på ett sätt som innebar ett gynnande av arrangemanget. Gynnandet kunde inte anses motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. I det andra inslaget intervjuades en barnboksförfattare. Nämnden konstaterade att intervjun innehöll positiva omdömen från programledaren och uppgifter om hur författaren kunde kontaktas. Mot bakgrund av detta ansåg nämnden att det gynnande som uppkom genom författarens medverkan i programmet inte uppvägdes av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Även detta inslag stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

FÄLLT

Kristen U-hjälp och Onsdagskicken

Radio Amigos Burlöv, 2009-11-19, 11-25 och 2010-02-24

Beslut 10/00267

Granskningsnämnden har i tidigare beslut godkänt att det i närradio- och lokalradiosändningar informeras om evenemang som tillståndshavaren själv är med och arrangerar (SB 392/09). Mot den bakgrunden ansåg nämnden att information om tillståndshavarens eget julbordsevenemang i programmet *Kristen U-hjälp* inte innebar något otillbörligt kommersiellt gynnande.

Nämnden har även godtagit att det i en närradiosändning informerats om ett evenemang som den lokala närradioföreningen på orten anordnat (SB 970/09). Nämnden, som beaktade den anknytning som föreningen som arrangerade dansaftonen hade till Radio Amigos Burlöv och till aktivitetshuset, ansåg inte att information i *Onsdagskicken* om dansaftonen innebar någon överträdelse av bestämmelserna. I programmet medverkade dock en musiker vars band skulle uppträda på danskvällen. Han berättade om sin kommande skiva och en turné som bandet skulle göra. Nämnden ansåg att ett gynnande uppstod av artisten som sammantaget blev så omfattande att inslaget innebar ett otillbörligt gynnande.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att tillståndshavaren skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

Lunchekot

SR P1, 2015-11-18

Beslut 15/03194

I slutet av ett inslag om fotbolls-EM upplyste programledaren om att den som ville veta hur man kunde köpa biljetter till de kommande EM-matcherna i Frankrike kunde gå in på webbplatsen sverigesradio.se/radiosporten. Granskningsnämnden konstaterade att programledarens hänvisning till informationen på programföretagets webbplats innebar ett gynnande av det aktuella evenemanget. Emellertid innehöll hänvisningen inte prisuppgifter eller närmare upplysningar om köp av biljetter. Med hänsyn till detta och mot bakgrund av vad SR hade anfört i sitt yttrande i ärendet om det stora allmänintresse som fanns för evenemanget ansågs det gynnande som uppkom vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

P1 Debatt

SR P1, 2014-02-02

Beslut 14/00276

Det aktuella programmet hade rubriken ”Hur mycket rasism tål Sverige?”. En av gästerna var en aktuell komiker som höll en så kallad stå-upp-föreställning om sin syn på rasism. Programledaren frågade bland annat komikern när han hade premiär för sin nya föreställning. Komikern svarade vilka datum föreställningen hade premiär i Stockholm och Göteborg samt vad föreställningen hette.

Granskningsnämnden ansåg att programledarens uttalanden inte innehöll några positiva omdömen, prisuppgifter eller direkta uppmaningar till besök av komikerns föreställning. Nämnden ansåg vidare att det gynnande som uppkom genom komikerns medverkan i programmet uppvägdes av ett underhållningsintresse. Programmet stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Radio X

2011-01-29

Beslut 11/00243

Flera av de granskade evenemangstipsen innehöll detaljerade uppgifter, så som uppgift om tid och plats. Granskningsnämnden ansåg inte att dessa evenemangstips innebar något otillbörligt kommersiellt gynnande.

Veckans njutning

SR Göteborg, P4, 2009-05-04 – 05-07

Beslut SB 750/09

SR Göteborg sände en serie inslag där en företrädare för Göteborgsoperan (NN) berättade om olika dramatiseringar av Romeo och Julia-legenden genom historien. I två av inslagen hänvisade NN till Göteborgsoperans egen kommande föreställning på detta tema. Av SR:s yttrande i ärendet framgick att SR Göteborg under hösten 2008 och våren 2009 hade sändt en serie inslag under rubriken *Veckans njutning*, där företrädare för bland annat Röhsska museet, stadsbiblioteket, Naturhistoriska museet och Göteborgsoperan berättade om olika företeelser som kan ge njutning och glädje.

Enligt granskningsnämnden måste det självfallet vara möjligt för SR att sända inslag där företrädare för olika kulturinstitutioner delar med sig av sitt expertkunnande till lyssnarna. Särskilda krav måste dock i sådana fall ställas på att de medverkande personerna inte använder programtid för att marknadsföra den egna institutionen och dess verksamhet. Nämnden ansåg att de hänvisningar till Göteborgsoperans uppsättning av Romeo och Julia som förekom i två av de granskade inslagen visserligen innebar ett visst gynnande av denna uppsättning, men att gynnandet inte gick utöver vad som kunde godtas med hänsyn till informations och underhållningsintresset.

Västnytt

SVT1, 2009-02-23

Beslut SB 747/09

I inslaget sades följande.

*Sir Elton John kommer att uppträda på Borås Arena i sommar.
Närmare bestämt på söndagen den 21 juni klockan 19.30.
Biljetterna, de släpps nu på fredag, men blir långt ifrån billiga. Mellan
8 och 900 kronor kommer det att gå loss på. Spelningen blir den
enda som Elton John gör i Sverige i år.*

Granskningsnämnden ansåg att det genom uppgifterna i inslaget uppkom ett gynnande av evenemanget, men att gynnandet i detta fall uppvägdes av informationsintresset.

106,7 Rockklassiker

2008-09-10

Beslut SB 392/09

Lokalradiostationen 106,7 Rockklassiker sände två trailrar där man försökte locka lyssnarna till en konsert och en kryssning som stationen själv var med och arrangerade. I inslagen angavs var konsertbiljetterna kunde köpas, vilket rederi man skulle vända sig till för att boka kryssningen och vilken båt den ägde rum på. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de företag som omnämndes i inslagen. Gynnandet gick dock inte utöver vad som var motiverat av ett informations och underhållningsintresse mot bakgrund av den speciella karaktär en musikradiosändning har och att det var Rockklassikers egna arrangemang det handlade om. Nämnden noterade i sammanhanget att det inte förekom några prisuppgifter eller värdeomdömen om de olika företagen.

> *Granskningsnämnden ansåg i beslutet SB 970/09 att det inte innebar ett otillbörligt gynnande att en närradiostation informerade om evenemang som närradioföreningen på orten anordnade.*

3.5. NYA FÖRETAG OCH PRODUKTER

Leva & Bo – Följ med in i världens första Ikeamuseum

Expressen TV, www.expressen.se/tv, 2016-06-21

Beslut 16/01799

Programmet var 53 sekunder långt och bestod av okommenterade rörliga bilder från Ikeamuseet, där möbler och andra produkter från olika tidsepoker visades. Programmet inleddes och avslutades med att texten "Ikea museum" i logotyp visades. I slutet syntes kort även texten "Ikea foto" i övre vänstra hörnet av bilden. Under hela programmet syntes Leva & Bos logotyp i övre högra hörnet av bilden.

Granskningsnämnden ansåg att hänvisningen som gjordes i programmet till Expressens egen underavdelning Leva & Bo inte innebar att programmet stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg dock att det okommenterade programmet framstod som marknadsföringsmaterial för det aktuella museet och möbelvaruhuset och att tillhandahållandet av programmet innebar ett gynnande av museet och möbelvaruhuset som gick utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Kust och Hav

TV4, 2013-03-23

Beslut 13/00800

Det aktuella inslaget i programserien *Kust och Hav* handlade om ett nytt fartyg som var världens första gasdrivna fartyg i sin klass. I programmet medverkade ett stort antal företrädare för det rederi som byggde fartyget. Det berättades bland annat om fartygets miljövänlighet, utformning, inredningsdesign och upplevelsen ombord. Programledaren följde byggnationen från varvet till sjösättningen och invigningsresan.

Granskningsnämnden ansåg att ett inslag om att ett rederi bygger ett nytt fartyg kunde vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. I det nu aktuella fallet var fokuseringen på rederiet och fartyget enligt nämnden omfattande. Genom den långtgående fokuseringen på rederiet och fartyget förmedlades också en säljfrämjande bild av dessa. Nämnden ansåg att det sammantaget uppkom ett gynnande av det aktuella rederiet och fartyget som inte kunde motiveras av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 150 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 22713-13).

>> Beslutet refereras även i avsnitt 2.5. Indirekt sponsring.

Nyheter i 24nt

24nt, 2009-05-19

Beslut SB 787/09

Inslaget handlade om ett företag som erbjöd matprenumerationer till privatpersoner. Det sades att företaget, som redan fanns i flera städer, nu skulle etablera sig i Norrköping. I inslaget fick man se hur två matkassar levererades hem till ett par och därefter intervjuades paret om vad som var bra med tjänsten. Under inslaget exponerades företagets logotyp under totalt cirka 15 sekunder och under en kort sekvens också adressen till företagets webbplats på utsidan av en matkasse. Reportern gav även detaljerad information om tjänsten och dess pris i inslaget.

Enligt granskningsnämnden kunde ett inslag om ett nyetablerat företag med en för sändningsområdet ny eller relativt ovanlig verksamhet vara motiverat av ett informationsintresse. I det nu aktuella fallet exponerades dock företagets logotyp

och webbadress i en inte obetydlig omfattning under det förhållandevis korta inslaget. Genom den detaljerade information om tjänsten som gavs i inslaget förmedlades också en odelat positiv bild av företaget. Nämnden ansåg därför att det gynnande som uppkom inte kunde motiveras av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att programföretaget skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

Elfving möter

SR P1, 2008-11-30

Beslut SB 393/09

I programmet intervjuades en före detta minister och hennes man i deras hem. De berättade om sina liv, kärleken, barn och karriärer. En del av intervjun handlade om att den före detta ministern bytt arbete och gått från att vara politiker till att starta egna inredningsbutiker som också namngavs. Hon sa bland annat följande.

*Tre butiker. En stor på 1 000 kvadrat på Kungsgatan 16 i Göteborg.
En lite mindre här i Kosta och sen blir det också en tredje då vid
Köpcentret Bäckebo, norr om Göteborg.*

Granskningsnämnden ansåg att det självfallet fanns ett informations och underhållningsvärde att låta en före detta minister skildra sitt liv både före och efter den politiska karriären. Däremot uppkom det genom de detaljerade adressuppgifterna ett gynnande av inredningsbutikerna som inte uppvägdes av ett tillräckligt informations eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten avlog granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2826-11).

FÄLLT

Kvällsöppet

TV4, 2008-02-27

Beslut SB 462/08

I ett inslag i *Kvällsöppet* demonstrerade programledarens bisittare NN en ny elektronisk cigarett. E-cigarettens innehöll nikotin, men avgav ingen rök utan endast vattenånga. NN var mycket positiv till den nya produkten som innebar

att han inte längre behövde gå ut och röka. En anmälare hänvisade till att det av en tidningsartikel framgick att NN:s fru var ansvarig för lanseringen av den aktuella produkten i Sverige och att inslaget där beskrivits som en PR-kupp.

Granskningsnämnden ansåg att inslaget där NN provade och beskrev e-cigarettens hade karaktär av ett marknadsföringsinslag och innebar ett gynnande av produkten som gick utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 200 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten ansåg dock att inslaget till viss del haft ett underhållande och informativt syfte och satte ned avgiften till 50 000 kronor. TV4 AB överklagade kammarrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövnings-tillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1635-10).

FRIAT

Vaken med P3 och P4

SR, 2018-09-13

Beslut 18/03172

I inslaget ringde programledaren upp en svensk journalist (NN) som hade besökt ett event i USA, arrangerat av det amerikanska teknikföretaget Apple. NN berättade bland annat om de produkter som företaget hade presenterat på eventet och om stämningen som hade varit på eventet.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av det aktuella teknikföretaget och dess produkter och att det kunde diskuteras om den intervjuade journalistens positiva kommentarer om produkterna, som bemöttes med ett okritiskt förhållningssätt av programledaren, passerade gränsen för vad som kan accepteras. Vid en sammantagen bedömning ansåg dock nämnden att det gynnande som uppkom uppvägdes av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

P4 Extra

SR P4, 2013-03-18

Beslut 13/00746

I inslaget besöktes programledaren av teknikskribenten NN som rekommenderade ett antal appar. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de aktuella produkterna men att det uppvägdes av ett tillräckligt underhållnings- och informationsintresse.

TV4Nyheterna

TV4, 2012-06-21

Beslut 12/01404

Nyhetsinslaget handlade om att Nationalföreningen för Trafiksäkerhetens Främjande (NTF) hade lanserat en ny applikation till mobiltelefoner som skulle få bilister att sänka hastigheten i trafiken. Det sades att applikationen skulle rädda liv och det angavs av reportern i inslaget vad applikationen hette och hur mycket den kostade att ladda ner. I inslaget var reportern ute och testade applikationen i trafiken och samtidigt berättade vd:n för NTF om den.

Granskningsnämnden ansåg att det visserligen uppkom ett gynnande av den aktuella produkten men att gynnandet vägdes upp av ett informationsintresse.

Paintballkrig i skolan och Lockar och pockar

Norran TV, 2012-03-27

Beslut 12/00780

Paintballkrig i skolan handlade om att ett namngivet företag hade gjort om en gammal skola till en paintballbana inomhus. Actionbilder från olika paintballbanor visades och personer som testat banorna uttalade sig positivt. *Lockar och pockar* var ett 52 sekunder långt program/inslag som bestod av att två personer, som uppgav att de var från ett visst företag, demonstrerade olika lockpipor.

Angående *Paintballkrig i skolan* fann granskningsnämnden att det uppstod ett gynnande av paintballföretaget, särskilt genom att företagets butiksnamn och bilder från banorna visades och att arrangören gavs utrymme att berätta om banorna. Byggnationen av en ny paintballbana hade dock ett sådant informations- och underhållningsintresse som fick anses väga upp det uppkomna gynnandet. Vad gäller programmet *Lockar och pockar* uttalade nämnden att det inte var utformat på ett sådant sätt att det innebar ett otillbörligt gynnande.

P3 Nyheter

SR P3, 2012-02-17

Beslut 12/00478

I nyhetsinslaget, som handlade om att en fotbollsspelares självbiografi kommit ut i en så kallad app-version, sades följande.

Ja, en special-app som är gjord utifrån boken Jag är Zlatan Ibrahimovic lanseras nu för Ipad, skriver DN på nätet. Appen som kostar 139 kronor innehåller hela boken och filmklipp, foton och möjligheten att spela upp kända Zlatan-mål i slow motion.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av den aktuella applikationen i inslaget men att gynnandet fick anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

TV4Nyhetererna

TV4, 2010-12-30

Beslut 11/00003

Nyhetsinslaget hade rubriken ”Livet efter döden på internet” och handlade om företaget My Webbill, vars företrädare sa att företaget fungerar som en slags livförsäkring för privatpersoners digitala liv. Inslaget innehöll bland annat ett informationsklipp och bilder från företagets webbplats.

Granskningsnämnden uttalade att ett inslag om ett företag med en ny form av affärsverksamhet kan anses vara motiverat av ett informationsintresse. Nämnden ansåg att det visserligen uppkom ett gynnande av det aktuella företaget, särskilt genom förekomsten av företagets eget informationsmaterial från webben, men att inslagets utformning inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

Ekonominyhetererna

TV4, 2010-12-20

Beslut 10/01508

Inslaget handlade om att stora snömassor på tak kan kosta mycket pengar för den enskilde. I inslaget sades följande.

Snön som ser så vacker ut på hustaken kan komma att ge kostsamma problem när den smälter. Skador på grund av snötrycket ersätts normalt av försäkringsbolagen, men i dag är det bara försäkringsbolaget If som erbjuder ett visst skydd mot smältvatten.

I inslaget intervjuades också en representant från If som berättade vad det kunde kosta för den enskilde om han eller hon saknade en försäkring mot smältvatten.

Enligt granskningsnämnden uppstod ett gynnande av försäkringsbolaget och försäkringen. Nämnden ansåg dock att gynnandet uppvägdes av ett tillräckligt informationsintresse.

Inslag om SVT Play i mobilen

SVT1, 2010-01-01

Beslut SB 193/10

Inslaget innehöll information om tjänsten SVT Play. En företrädare för SVT sa bland annat att man från och med nu kunde titta på SVT Play i mobilen. En mobiltelefon visades i bild och företrädaren förekom på telefonskärmen.

Granskningsnämnden konstaterade att den mobiltelefon som förekom i inslaget inte var försedd med något synligt varumärke. Telefonens formgivning, inklusive de symboler som förekom ovanför knapparna, var emellertid identisk med en kommande modell från Sony Ericsson. Enligt nämndens mening kunde lämpligheten i att exponera en telefontyp med så stora likheter med en kommande telefonmodell diskuteras. Med beaktande av att Sony Ericssons telefon vid sändningstidpunkten ännu inte fanns till försäljning och att likheten mellan de aktuella telefonerna endast borde varit uppenbar för de personer som är insatta i kommande telefonmodeller, ansåg nämnden att inslagets utformning inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Trafikmagasinet

SVT2, 2003-12-15

Beslut SB 248/04

I programmet visades bilder från en reklamfilm om en ny Saab-modell som skulle lanseras i USA. Reportern sa samtidigt följande.

Det här är bilderna som ska locka amerikanerna att köpa Saabs nya modell 9-2X. Bilen premiärvisades i Los Angeles häromdagen. Subaru-kännarna skymtar dragen av den Impreza som 9-2X bygger på. Filmen här ska användas som blickfång vid mässor, utställningar och liknande. Bilen kommer med 165 hästars sugmotor eller i aroversion med 227 turbohästar. Den är den första produktions-Saab som har fyrhjulsdrift och den ska börja säljas "over there" i juni nästa år.

Granskningsnämnden ansåg att bilderna från reklamfilmen innebar ett gynnande av den nya Saab-modellen. Nämnden beaktade emellertid att ett stort intresse följer med lanseringen av en ny modell från en svensk biltillverkare. Enligt nämnden fick det uppkomna gynnandet därför anses motiverat av ett allmänt informationsintresse.

3.6. ANDRA SKILDRINGAR AV FÖRETAG OCH PRODUKTER

FÄLLT

SVT Forum

SVT1, 2016-12-13

Beslut 16/03458

Sändningen var en inspelning från ett seminarium om kvinnors företagande. Under sändningen berättade två entreprenörer hur de byggt upp sitt gemensamma företag som importerade och sålde frukter och bär från Brasilien.

Bilden växlade främst mellan de två entreprenörerna och utsnitt ur deras presentation. Företagets varumärke förekom på nästan alla presentationsbilder och även bilder på företagets produkter visades i helbild. Totalt exponerades företagets varumärke på olika presentationsbilder under cirka fyra och en halv minut av den drygt 25 minuter långa sändningen. En av entreprenörerna sa att företagets produkter säljs över hela landet genom en stor dagligvarukedja som hon namngav. Entreprenörerna gav även flera positiva omdömen om sina produkter.

Granskningsnämnden ansåg att exponeringen av företagets varumärke och produkter samt entreprenörernas positiva omdömen om produkterna medförde ett gynnande av företaget som gick utöver vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Enligt nämndens mening framstod sändningen närmast som ett led i marknadsföringen av företaget. Även om nämnden i tidigare beslut beaktat den speciella formen för utsändning som *SVT Forum* var exempel på konstaterade nämnden att inte vilken grad av gynnande som helst kunde accepteras. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg dock att det denna gång inte fanns skäl att ansöka om en särskild avgift.

> Jämför beslut SB 673/08 som refereras i avsnitt 3.8.2. Varumärken i inspelningsmiljön.

FÄLLT

Travklubben – 160610, Påskhälsningar – 2016 och Månadens företag – Ljudfabriken

CTV Play, www.ctvplay.se, 2016-06-17

Beslut 16/01720

I början och i slutet av programmet *Travklubben – 160610* visades texten ”Direkten Nöje” i logotyp. Programmet var inspelat i en spelbutik och visade två män som tippade på trav. Under större delen av programmet syntes varumärkena V75 (på en elektroniskt infogad bild) och Adidas. Även andra

logotyper syntes. I slutet av programmet sa de medverkande ”Ni som inte kan vara på plats på Östersund besöker antingen Direkten Nöjesbutik eller rattar in, CTV, Fotbolls-EM”. Carlskoga Television AB anförde i sitt yttrande bland annat att inplaceringen av texten ”Direkten Nöje” skett av misstag och att den rätta vinjetten skulle ha varit ”Travklubben”. Granskningsnämnden ansåg att exponeringen av texten ”Direkten Nöje” innebar ett otillbörligt gynnande av butikskedjan, vilket förstärktes av uttalandet från de medverkande i slutet av programmet om att besöka butikskedjan. Nämnden konstaterade vidare att varumärket V75 exponerades tydligt på en infogad bild under i stort sett hela programmet och att även varumärket Adidas var synligt under större delen av programmet. Nämnden ansåg att det därigenom uppkom ett gynnande av dessa varumärken som gick utöver vad som kunde anses motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

Under programmet *Påskhälsningar – 2016* visades vid flera tillfällen texten ”Glad påsk önskar” och exempelvis ett flertal olika företagsnamn och logotyper i bild, samtidigt som musik spelades. Nämnden ansåg att exponeringen av namn och logotyper, och i några fall sloganer eller adress-/kontaktuppgifter, för ett flertal olika företag gick utöver vad som kunde anses motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

I programmet *Månadens företag – Ljudfabriken* intervjuades en representant från ett företag, som fick berätta om företaget och vad företaget stod för samt om produkter som företaget sålde. Under programmet visades rörliga bilder från företagets butikslokal. Flera produkter samt prisinformation för några produkter syntes i bild. Företagsnamnet/logotypen syntes vid ett antal tillfällen på kläder och prisskyltar i programmet. Nämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av det namngivna företaget, i synnerhet genom den information som gavs om företagets produkter och priser samt genom företagsrepresentantens positiva uttalanden om företaget och produkterna, som gick utöver vad som kunde anses motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att programföretaget skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

Relationsradion i P3

SR P3, 2016-02-24

Beslut 16/00607

Inslaget gick ut på att en chef på ett namngivet mötesbokningsföretag i direkt-sänd radio skulle hitta en ny anställd. Den medverkande chefen pratade bland annat om det företag han representerade och vilken typ av anställda företaget söker samt generellt kring anställningsförfaranden och jobbsökande. I slutet av inslaget höll chefen en arbetsintervju med en inringande lyssnare.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av det namngivna mötesbokningsföretaget, i synnerhet genom den information som gavs om företagets tjänster samt de positiva uttalandena om företaget från både företagsrepresentanten och programledarna. Nämnden bedömde att det uppkomna gynnandet gick utöver vad som kunde motiveras av ett informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 22052-16).

FÄLLT

Sportnytt

SVT1 och SVT2, 2015-10-13

Beslut 15/02841

Inslaget handlade om att publiksiffrorna vid ishockeyföreningen Modos hemmamatcher hade sjunkit och att klubben försökte få fler att komma och se deras matcher. Föreningens vd medverkade i inslaget och vädjade bland annat till klubbens fans att stötta dem. I inslaget visade vd:n upp två nya säsongskort som hade tagits fram för att locka fler besökare. I samband med att korten visades upp sa reportern följande.

För att få fler att stötta sitt lag har man precis gjort klart med nya säsongskort. Det gäller kort för endast lördagsmatcher och ett som börjar gälla när backen [NN] ansluter i slutet av månaden. Dessutom har man satt ihop en fokusgrupp med personer utanför klubben.

Granskningsnämnden, som konstaterade att inslaget bland annat innehöll ishockeyklubbens vädjan om att stödja klubbens verksamhet, ansåg att särskilt uppvisandet och beskrivningen av årskorten innebar ett gynnande som gick utöver vad som var motiverat av ett informationsintresse. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 3952-16).

Sändningar i Kultur och idrottsföreningen Peyvand

2015-04-19

Beslut 15/01025

Sändningarna var på persiska och studion gästades av en persisktalande rådgivare från ett företag som förmedlade fastigheter i Turkiet.

Efter en kort presentation av den medverkande gästen inleddes sändningarna med att programledarna växelvis återgav ett marknadsföringsmaterial över vilka tjänster företaget hade att erbjuda och varför en kund skulle välja just det aktuella företaget vid bland annat köp av hus eller lägenhet i Turkiet. Programledarna avslutade presentationen av företaget med en hänvisning till företagets webbplats och andra kontaktuppgifter. Därefter följde ett studiosamtal där företagets olika tjänster redogjordes för ingående. Olika prisuppgifter om vad en lägenhet kunde kosta förekom samt vilken standard ett hus eller lägenhetskomplex kunde ha: bio, bowling, biljard, lekrum för barn, pingisbord, tennisbana, swimmingpool, jacuzzi, turkisk hamam och bastu. Sändningarna avslutades med bland annat ytterligare en hänvisning till företagets kontaktuppgifter.

Granskningsnämnden ansåg att programledarnas säljfrämjande uttalanden och frågor, upplysningarna om vilka tjänster företaget hade att erbjuda, olika prisuppgifter, hänvisningen till företagets webbplats och andra kontaktuppgifter innebar ett gynnande av företaget. Dessutom gavs företagets representant ett stort utrymme att på ett utförligt och säljfrämjande sätt beskriva företagets tjänster. Enligt nämndens mening uppkom ett gynnande av företaget som översteg vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Sändningarna stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att tillståndshavaren skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

Nyhetsmorgon

TV4, 2014-08-02

Beslut 14/01829

Det aktuella inslaget var en direktsänd intervju med en före detta landslagsmålvakt i fotboll och dennes tvillingbror. I början av intervjun berättade bröderna att de nyligen påbörjat en affärsverksamhet som bestod av att de sålde kläder under eget varumärke. De redogjorde för att försäljningen skedde via skolklasser och föreningar och vilka typer av produkter som ingick i deras sortiment. Till inslaget hade de tagit med sig kalsonger från deras sortiment som de gav till programledarna. Ett par av kalsongerna packades upp och visades upp så att produkten

och dess varumärke syntes i sändningen. Bröderna berättade dessutom hur mycket varorna kostade och hur stor del av priset som gick till bröderna själva och hur stor del som gick till de säljande föreningarna. Programledarna ställde löpande frågor om varför bröderna valt att starta försäljningen av kläder under eget varumärke och jämförde då med andra idrottsmän som startat liknande verksamheter. Inslaget med bröderna varade i cirka tolv minuter. Runt två minuter av inslaget ägnades åt diskussionen om klädförsäljningen.

Även med hänsyn tagen till att programmet var direktsänt och att bröderna hade tagit med klädesplaggen utan att ha förvarnat TV4 AB ansåg granskningsnämnden att fokuseringen på brödernas näringsverksamhet och exponeringen av deras produkter innebar ett otillbörligt gynnande av det aktuella varumärket.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 28948-14).

FÄLLT

Nyhetsmorgon

TV4, 2012-11-09

Beslut 12/02340

Inslaget sändes från en mäsas om mat och dryck. Reportern intervjuade en känd tv-kock som lagade mat i ett uppställt kök. Bilder på kockens kryddblandningspåsar visades vid flera tillfällen. Kocken sa att receptet stod på baksidan av kryddblandningspåsar och det framkom att det gick snabbt att laga. Vidare sades bland annat vad kryddblandningspåsar innehöll och att de inte innehöll några E-nummer. Reportern sa även att kocken var aktuell i en ny tv-serie i TV4.

Granskningsnämnden konstaterade att kockens kryddblandningar visades i bild i ett längre inslag. Vidare framställde kocken produkterna i mycket positiva ordalag. Sammantaget ansåg nämnden att det framhävande av kryddblandningarna som förekom i inslaget gick utöver vad som kunde motiveras av ett informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 6143-13).

FÄLLT

105,5 RIX FM Stockholm m.fl.

2011-08-01 och 08-02

Beslut 11/02785 – 02789

I det återkommande inslaget *Din tur i kön* under sommaren 2011 ringde programledaren slumpvis upp en bensinstation tillhörande en specifik kedja och bjöd på de inköp som den som stod först i kön hade gjort. För att kunna delta i utlottningen krävdes att man gjorde inköp på någon av de bensinstationer som tillhörde den aktuella kedjan. Granskningsnämnden ansåg att de granskade inslagen kunde uppfattas som en uppmuntran till lyssnarna att göra sina inköp på dessa bensinstationer och att gynnandet av den aktuella kedjan var otillbörligt. Sändningarna fälldes även för att ha gynnat sponsorer av ett evenemang.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökningar om att tillståndshavarna skulle påföras en särskild avgift om 100 000 kronor vardera för överträdelserna av bestämmelsen om otillbörligt gynnande (förvaltningsrättens mål nr 13640, 13642, 13643, 13645 och 13646-12).

FÄLLT

Vakna med the Voice

The Voice 105,9 Stockholm, 2010-10-19

Beslut 10/00973

I inslaget talade programledarna uppskattande om en hushållsmaskin av ett visst märke. Granskningsnämnden ansåg att inslaget i sin utformning innebar ett otillbörligt framhävande av produkten och dess egenskaper och att det därigenom uppkom ett gynnande som inte var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Radio City AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 14790-11).

FÄLLT

Gomorrön Sverige

SVT1, 2010-04-23

Beslut 10/00263

I programmet förekom två direktsända reportage från nöjesparken Gröna Lund som skulle öppna för säsongen följande dag. Företrädare för nöjesparken fick visa och berätta om en ny attraktion och framhäva utbudet av artistunderhållning. De berättade om Gröna Lunds goda säkerhetsarrangemang och det förbättrade

systemet för biljettförsäljning. En av de säsongsanställda ungdomarna berättade om den tuffa rekryteringsprocessen. Genom intervjun framhövdes personalens kompetens och mottot att de ska leverera en helhetsupplevelse i världsklass varje gång. Inslagen kom vidare att framhäva Gröna Lund som en attraktiv arbetsplats.

Granskningsnämnden konstaterade att budskapet som under en förhållandevis lång tid förmedlades endast var positivt, utan fördjupning eller närmare analys. Mot denna bakgrund ansåg nämnden att inslagen utan tvekan innebar ett gynnande av Gröna Lund. Med hänsyn till omfattningen av exponeringen kunde gynnandet inte anses motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 45223-10).

FÄLLT

Mix Megapol

2009-11-02 – 04

Beslut SB 305 – 315/10

Under de granskade dagarna handlade sändningarna till stor del om Mix Megapols ”grabbplan” som skulle ta 40–60 personer till New York för att titta på en hockeymatch. Programledarna pratade under sändningarna med en företrädare för en internetresebyrå som bjöd på resa och hotell för samtliga passagerare. En företrädare för ett reseförsäkringsbolag ringde även in till programmet och bjöd på reseförsäkringar för samtliga deltagare.

Enligt granskningsnämnden skedde en sådan fokusering på resebyrå och reseförsäkringsbolaget att det uppkom ett gynnande som stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Tio av de elva granskade stationerna fälldes även för otillbörligt gynnande av ett squashracket-märke. Flera av stationerna fälldes vidare för att ha sänt sponsringsmeddelanden som innehöll reklamliknande tillägg.

Granskningsnämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att tillståndshavarna för de olika stationerna skulle påföras en särskild avgift på sammanlagt 2 650 000 kronor. Förvaltningsrätten biföll ansökningarna. I ett av ärendena sattes dock avgiften ned med 25 000 kronor. Kammarrätten biföll den ansökan som rörde Mix Megapol i Stockholm, den kanal som hade flest lyssnare, och fastställde den särskilda avgiften till 325 000 kronor i det fallet. I de övriga tio fallen bifölls ansökningarna endast delvis och avgiften sattes ned till 5 000 – 100 000 kronor per tillståndshavare. Kammarrätten anförde bland annat att det saknades underlag om respektive leverantörs årsomsättning och tog vid bedömningen hänsyn till vad bolagen hade uppgett om det genomsnittliga

antalet lyssnare (400 – 19 800 personer) (kammarrättens mål nr 531 – 540-12 och 581-12).

FÄLLT

Äntligen hemma

TV4, 2008-04-01

Beslut SB 463/08

I inslaget Isabelles favoriter befann sig programledaren i en inredningsbutik och sa följande.

Det här är en av mina absolut bästa butiker. Det här är [butikens namn] i Stockholm. Man kan självklart beställa på nätet om man är ute i landet. Jag gillar den här butiken så mycket för att det är liksom en skön blandning mellan gammalt och nytt men allting ser liksom lite gammalt ut.

Programledaren visade också produkter som hon tyckte om ur butikens sortiment och gav olika köptips.

Granskningsnämnden ansåg att omnämmandet av butiksnamnet tillsammans med interiörbilder, köptips och programledarens positiva omdömen om butiken och dess sortiment innebar ett gynnande av den aktuella inredningsbutiken. Gynnandet gick enligt nämnden utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations eller underhållningsintresset.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1585-10).

FÄLLT

Förkväll

TV4, 2007-01-22 m.fl.

Beslut SB 333/07

I ett av de granskade inslagen gavs en detaljerad beskrivning av hur det gick till att handla produkter ur Apotekets sortiment via nätet. Företrädaren för Apoteket fick stort utrymme att framhålla systemets förtjänster och den positiva beskrivningen förstärktes genom programledarnas frågor och kommentarer. Enligt granskningsnämnden uppkom ett gynnande av Apoteket som gick långt utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse – särskilt

mot bakgrund av att stora delar av det aktuella produktsortimentet även såldes genom andra distributionskanaler.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 400 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1706-09).

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 2.5. Indirekt sponsring.*

FÄLLT

Nyhetsmorgon

TV4, 2006-03-17

Beslut SB 631/06

Inslaget handlade om matlagning och två kockar medverkade i programmet vid tre tillfällen under sändningen. De lagade en varmrätt och en dessert som de serverade gäster och programledare. Den restaurang som kockarna arbetade på hade precis byggts om och programledarna återkom flera gånger till detta.

Granskningsnämnden ansåg att programledarnas frågor gjorde att fokuseringen på restaurangen och dess verksamhet gick utöver vad som var motiverat av ett informations och underhållningsintresse.

FÄLLT

Made in Italy

SVT1, 2005-01-04 m.fl.

Beslut SB 697/05

Programmen var vardera 25 minuter långa och handlade om tre olika italienska designföretag. I programmen varvades inslag där representanter för företagen berättade om det aktuella företaget med inslag där en speakerröst bland annat kommenterade företagets produkter. Under programmen visades dessa produkter. Programmen inleddes och avslutades med att företagens logotyper och en av företagens butiker visades.

Granskningsnämnden ansåg att det naturligtvis fanns ett informations och underhållningsintresse att skildra italiensk design och att det måste vara möjligt för SVT att uppmärksamma designföretag i programverksamheten. Nämnden ansåg dock att det gynnande som uppstod, genom programmens längd, utformning samt speakerns säljfrämjande och okritiska kommentarer, gick utöver vad som kunde accepteras.

FÄLLT

Rally

SR P3, 2001-11-02

Beslut SB 244/02

I ett inslag samtalade några personer i studion i en lättssam ton om SR:s personalmatsal Amica. Samtalet hade en ironisk karaktär och avslutades med två sånger. Den första sången innehöll en text där restaurangen beskrevs i positiva ordalag och nämndes vid namn vid 15 tillfällen. Direkt efter denna sång följde en annan melodi och text där samma restaurang inte framställdes i samma positiva dager. I denna sång nämndes namnet 18 gånger.

Granskningsnämnden konstaterade att Amica AB, som bland annat drev 175 företagsrestauranger i Sverige, nämndes sammanlagt inte mindre än 36 gånger i inslaget och att SR rådde helt över den utformning som inslaget fick. Enligt nämndens uppfattning uppkom det en fokusering på restaurangkedjan som, trots den ironiska prägel, inte kunde uppvägas av underhållningsintresset.

Nämnden ansåg inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om att tillståndshavaren skulle påföras en särskild avgift för överträdelsen.

FRIAT

FÄLLT

Mix Megapol Södra Skåne och Norra Skåne

2013-02-07, 02-08 och 02-09

Beslut 13/00439 och 440

De aktuella sändningarna utgick från skidorten Lindvallen i Sälen där evenemanget *Mix Megapol Fjällkalas* pågick. Sändningarna innehöll musik och prat om bland annat olika aktiviteter och verksamheter på området och i upplevelseanläggningen Experium.

I sändningarna förekom ett meddelande för *Mix Megapol Fjällkalas* en gång i timmen utanför annonsblocken. Meddelandet var information om evenemanget *Fjällkalaset* och de företag som hade sponsrat det. Granskningsnämnden ansåg att omnämningarna var ett framhävande av företagen. Meddelandet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

I sändningarna förekom en tävling med namnet *Jackpot Joy i Mix Megapol*. Tävlingen gick ut på att en inbjuden gäst skulle gissa artisen till en låt som spelades upp. För varje rätt svar fick tävlingsdeltagaren 100 kronor att spela för på jackpotjoy.se. Jackpot Joy nämndes vid ett flertal tillfällen i tävlingen. Enligt nämnden innebar omnämningarna av tävlingens namn ett gynnande för företaget

jackpotjoy.se som inte kunde anses motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Omnämningarna stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

I sändningarna den 7 och 8 februari 2013 omnämndes anläggningen Experium i Lindvallen nio gånger. Programledarna och inbjudna gäster uttalade sig vidare i positiva ordalag om Experium, vad anläggningen hade att erbjuda samt om skidortens utbud i övrigt. Enligt nämnden innebar omnämningarna ett gynnande av Experium och den aktuella skidorten. Gynnandet ansågs dock vara motiverat av ett tillräckligt informationsintresse och stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SBS Radio AB skulle betala en särskild avgift om 40 000 kronor för bland annat det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 235-14).

FRIAT

FÄLLT

Förkväll

TV4, 2010-12-06 och 12-09

Beslut 10/01502

Förkväll var ett magasinprogram som sändes direkt från ett hotell i Stockholm. I ett inslag berättade en person från Agria djurförsäkringar om hur man förberedde sig inför veterinärbesök. I studion fanns skärmar med sponsorns logotyp. I programmen medverkade också NN som lagade mat samt en representant för Lernia och två representanter för Nordnet som berättade om sina respektive tjänster. Det förekom vidare inslag från biografen Park och inslag med programmets inredare som berättade om julbelysning. I båda programmen berättade programledarna i positiva ordalag om en platt-tv som stod i studion och som man kunde vinna under kvällen. Att det rörde sig om en LG-tv nämndes en gång i ett av de två granskade programmen. I programmens inledning och vid flera tillfällen i samband med reklamavbrotten filmades exteriören av hotellet som programmet sändes ifrån. Programmen var sponsrade av Rusta, Lernia, Agria, Nordnet och Mathem.se.

Granskningsnämnden ansåg att sponsorn Agria gavs ett betydande utrymme i programmet att tala om företeelser som hade nära anknytning till sponsorns verksamhet. I kombination med att studion dekorerats med skärmar med sponsorns logotyp ansåg nämnden att det gynnande som uppkom av sponsorns verksamhet gick utöver vad som kunde motiveras av ett informations- och underhållningsintresse.

Nämnden konstaterade att det inte förekom några direkta köpuppmaningar av produkter eller tjänster i programmen. Nämnden ansåg att inslagen visserligen

innebar ett gynnande av NN:s Matkasse, Nordnet och Lernia och deras produkter och tjänster, men ansåg att det gynnande som uppkom uppvägdes av ett informations- och underhållningsintresse. Nämnden ansåg även att det eventuella gynnande som kunde uppkommit i inslagen med biografen Park och tävlingen med en platt-tv som vinst uppvägdes av ett informations- och underhållningsintresse.

Tre av ledamöterna var skiljaktiga och ansåg att inslaget med representanterna från Lernia innebar ett otillbörligt gynnande. Två av ledamöterna ansåg att även inslaget med representanterna från Nordnet innebar ett otillbörligt gynnande.

Nämnden uttalade att det saknades anledning att ifrågasätta TV4 AB:s uppgifter om att det var ett produktionsbolag som producerat programmen och att TV4 AB inte hade mottagit betalning eller liknande ersättning för att placera en vara, en tjänst eller ett varumärke i marknadsföringssyfte i programmet. Mot den bakgrunden konstaterade nämnden att någon produktplacering enligt lagens definition inte hade ägt rum.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 150 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 5729-12).

FRIAT

FÄLLT

Sofis mode

Aftonbladet TV, 2006-06-20 – 06-22

Beslut SB 363/07

I programmen berättade programledaren om trender inom modevärlden samt tipsade om klädmodeller och varumärken. Under rubriken "Gatsmart" visade en person upp sina kläder och berättade var de var köpta och hur mycket de kostat. Programmen innehöll också ett inslag med rubriken "Veckans kap". I ett av de granskade programmen var "Veckans kap" en parfym. Programledaren sa bland annat "jag tycker att bara utseendet på flaskan är värd ett köp" och höll upp flaskan i bild nära kameran.

Granskningsnämnden ansåg att de återkommande inslagen "Gatsmart" medförde att vissa varumärken gynnades, men att gynnandet inte gick utöver informations- och underhållningsintresset. När det gällde inslagen "Veckans kap" ansåg nämnden att de utformats på sådant sätt att de framstod som köppuppsmaningar och att gynnandet därför gick utöver vad som kunde godtas.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Aftonbladet TV skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten satte dock ned avgiften till 7 000 kronor (kammarrättens mål nr 7913-07).

FRIAT

Aktuellt

SVT2, 2018-07-24

Beslut 18/02565

I det så kallade löpet visades bland annat personer som drack öl och följande sades.

(Kvinna, enligt textning) – Jättegott. Jag tar alla fem! (Programledare, speakerröst) – Ska man få köpa ölen med sig direkt från bryggeriet? Alliansen säger ja, regeringen nej. Det blir debatt i Aktuellt.

Inslaget inleddes med ett reportage från en ö i Stockholms skärgård där bland annat chefen för ett ölbryggeri intervjuades om sin verksamhet. I reportaget exponerades bryggeriets logotyp i cirka tre sekunder i närbild på en skylt. Logotypen exponerades också i totalt cirka 13 sekunder på arbetskläder som syntes till och från. Reportern pratade även med en man och en kvinna som sa följande medan de provsmakade bryggeriets öl (enligt svensk textning).

(Reporter) – Gott? (Man) – Verkligen. Vi kommer från Appleton i Wisconsin. Där har vi ett eget öl, men det här är fantastiskt. (Programledare) – Vad tycker du? (Kvinna) – Jättegott. Jag tar alla fem!

Efter reportaget från skärgårdsön följde en studiodebatt om gårdsförsäljning av alkohol mellan Moderaternas näringspolitiska talesperson och Socialdemokraternas alkoholpolitiska talesperson.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av det ölbryggeri som besöktes i det inledande reportaget, särskilt genom exponeringen av bryggeriets logotyp samt de positiva omdömen som lämnades om bryggeriets öl. Nämnden konstaterade dock att reportaget syftade till att illustrera den aktuella politiska frågan om gårdsförsäljning av alkohol som därefter debatterades i studion. Det gynnande som uppkom ansågs därför vara motiverat av ett tillräckligt informationsintresse och inslaget stred inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Aktuellt

SVT2, 2017-03-31

Beslut 17/00987

Inslaget handlade om att en ny utredning föreslagit att det svenska spelmonopolet ska ersättas med ett licenssystem. Sekvenser ur reklamfilmer från fyra spelbolag visades under sammanlagt cirka 20 sekunder. Det förekom uppgifter om bland annat vinstmöjligheter och bonusar samt logotyper i flera av filmerna. I inslaget visades också bland annat sekvenser från en spelmässa där logotyper för olika spelbolag förekom på bland annat montrar.

Granskningsnämnden konstaterade att utgångspunkten för inslaget var utredningens förslag och att skildra den rådande situationen på den svenska spelmarknaden. Nämnden ansåg att ett gynnande uppkom genom de sekvenser ur reklamfilmer för spelbolag som visades. Mot bakgrund av inslagets utgångspunkt ansåg dock nämnden att gynnandet var motiverat av ett tillräckligt informationsintresse. Nämnden ansåg inte heller att de spelbolag som förekom i inslaget i övrigt framhävdes på ett sätt som framstod som otillbörligt.

Husdrömmar

SVT1, 2016-02-29

Beslut 16/00753

Programmet handlade om ett par som bestämt sig för att bygga ett så kallat passivhus, det vill säga ett hus med låg energiförbrukning. I programmet gjordes återkommande nedslag under iordningställandet av tomten och bygget av villan. En tillfälligt medverkande arkitekt besökte tillsammans med programledaren husbygget och kommenterade parets visioner om ett energisnålt cirkelrunt hus. Under bygget av passivhuset bar kvinnan i familjen vid några tillfällen en t-shirt med ett tryck på. Trycket syntes kort vid något enstaka tillfälle och var därefter för det mesta halvt dolt eller blurrat.

Enligt granskningsnämndens mening framhävdes inte den aktuella bostadstypen på ett sätt som framstod som otillbörligt. Vidare ansåg nämnden att den logotyp som syntes i programmet inte exponerades i sådan omfattning att det gick över gränsen för vad som kunde motiveras av ett informations- och underhållningsintresse.

Så mycket bättre

TV4, 2015-11-07

Beslut 15/03063, 3110, 3111 och 3112

I inslaget satt deltagarna vid ett långbord och samtalande med varandra. Följande sades under samtalet.

(Deltagare 1) – Och så köpte vi pizzor, när vi hade råd. (Deltagare 2) – Utby pizzeria. (Deltagare 1) – Ja, fanns inte då. (Deltagare 2) – Men det är Sveriges bästa pizzeria. (Deltagare 3) – Ja, det finns andra pizzerior också. (Deltagare 2) – Fast Utby pizzeria, den är jävligt bra.

Granskningsnämnden ansåg att det genom omnämmandet av den aktuella pizzerian uppkom ett visst gynnande av företaget. Nämnden ansåg dock att detta gynnande i det aktuella sammanhanget fick anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Sommar i P1

SR P1, 2015-07-16

Beslut 15/01838

I programmet berättade kocken, programledaren, kokboksförfattaren och företagsledaren NN bland annat om sin affärsverksamhet. Däremellan pratade hon om sin bakgrund, sin familj och sin passion för matlagning och bakning. Vid några tillfällen i programmet nämnde hon sina nya böcker med recept och inredningstips. I samband med detta pratade hon om recepten från böckerna och om sitt sätt att inreda. Vid ett tillfälle nämnde hon namnet på sin konceptbutik.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av NN:s företag, butiker och produkter, särskilt när hon nämnde namnet på sin konceptbutik. Nämnden konstaterade att programserien *Sommar i P1* bygger på att den som är värd i programmet ska få dela med sig av sin särskilda berättelse. Enligt nämnden fick det antas att den del av NN:s berättelse som handlade om hennes affärsverksamhet var något som lyssnarna kunde ha ett särskilt intresse av att höra. Det gynnande som uppkom i programmet var mot denna bakgrund motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

PP3

SR P3, 2015-04-21

Beslut 15/01055

Inslaget handlade om kulturförklarade matprodukter och hur produkter och varumärken får kulturstatus. I inslaget gavs exempel på ett flertal produkter och varumärken som ansågs vara kulturförklarade. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de produkter och varumärken som nämndes samt att det i fråga om vissa av dessa gjordes värderande beskrivningar. Enligt nämndens mening fick dock omnämningarna och beskrivningarna av produkterna och varumärkena i sammanhanget anses vara motiverade av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

SM i cosplay

SVT2, 2015-02-21

Beslut 15/00550

Programmet var en sändning från finalen i svenska mästerskapen i cosplay som arrangerades vid spel- och cosplayfestivalen Närcon Vinter i Linköping. Tio finalister tävlade i bästa framförande och mest kreativa och välgjorda dräkt. Finalisterna presenterades i förinspelade inslag och därefter gestaltade de karaktärer ur film och spel på scen i direktsändning. Vinnaren utsågs och det uppgavs att denne skulle representera Sverige i nordiska mästerskapen i cosplay som skulle äga rum under Närcon Sommar i Linköping i juli. En kortfilm med glimtar från tidigare spel- och cosplayfestivaler visades. I kortfilmen visades Närcons logotyp och webbadress samt datum för det kommande nordiska mästerskapet i cosplay i Linköping.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av evenemanget Närcon Sommar genom filmsekvensen om Nordic Cosplay championship. Nämnden beaktade att det inte förekom någon information om eller uppmaningar till köp av biljetter eller några prisuppgifter. Nämnden ansåg, med viss tvekan, att det fick anses föreligga ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse som uppvägs av det gynnande som uppkom.

Livet är en schlager – och hårt arbete

SVT1, 2014-11-22

Beslut 14/02815

Programmet var en dokumentär som handlade om uppsättningen av musikalen "Livet är en schlager". Dokumentären skildrade arbetet med uppsättningen av

musikalen fram till premiären och visade bland annat repetitioner, intervjuer med regissör och skådespelare samt ett antal scener från premiären av musikalföreställningen.

Granskningsnämnden ansåg mot bakgrund av programmets ämne, samt att det i programmet förekom scener från premiären, att det uppkom ett gynnande av den aktuella musikalföreställningen och platsen där den spelades. Enligt nämnden kunde lämpligheten i att sända ett program som handlar om en uppsättning av en musikal som vid tiden för sändningen fortfarande spelades diskuteras. Nämnden ansåg dock att det fanns ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse och att programmet därmed inte innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen i strid med bestämmelsen.

FRIAT

Rapport

SVT1, 2012-12-05

Beslut 12/02648

Inslaget som var ett bildsatt telegram handlade om att TCO-förbunden förhandlat fram en rabatt på räntan på bolån hos banken SEB för sina medlemmar. Nyhetspresentatören berättade att rabatten på ett lån med tre månaders rörlig ränta innebar en sänkning från 3,29 procent till 2,73 procent och att denna rabatt medförde att ett lån på en miljon kronor blev cirka 470 kronor billigare per månad. Nyhetspresentatören sa även att rabatten förutsatte att låntagaren blev helkund hos SEB.

Granskningsnämnden ansåg att det uppstod ett gynnande av den aktuella banken, och då i synnerhet genom den information om bland annat räntesatser som gavs om det lån som erbjöds. Nämnden ansåg dock att gynnandet uppvägdes av ett tillräckligt informationsintresse.

FRIAT

Rapport

SVT1, 2012-06-04

Beslut 12/01287

Inslaget handlade om att en utredning visat att de svenska hushållen skulle tjäna mycket pengar genom att flytta över sina sparpengar från storbankerna till nischbankerna. I inslaget intervjuades SBAB:s chefsekonom.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av nischbanker såsom SBAB, men att det uppvägdes av ett tillräckligt informationsintresse.

Guldrakegalan 2012 och Här testar DN.se nya Lill-Skansen

DN webb-tv, 2012-03-30
Beslut 12/00779

Guldrakegalan 2012

Galan arrangerades av Dagens Nyheter. I programmet visades hur representanter från Dagens Nyheter delade ut priser till krogar och barer i Stockholm. Granskningsnämnden fann att det gynnande som uppkom av restaurangerna och barerna uppvägdes av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Här testar DN.se nya Lill-Skansen

Programmet handlade om en vuxen person och två barn som besökte det nyöppnade Lill-Skansen. Nämnden konstaterade att det i inslaget uppkom ett gynnande av Lill-Skansen då det bland annat uppgavs när det skulle öppnas för allmänheten och att det byggts om för att kunna hålla öppet året runt. Vid en sammantagen bedömning fann nämnden emellertid att gynnandet fick accepteras mot bakgrund av informations- och underhållningsintresset.

Klämdagshjälpen med Nour och Linnea

SR P3, 2012-01-04
Beslut 12/00046

Programmet handlade om saker man kunde göra för att bli en bättre människa. Bland annat hörde lyssnare av sig via telefon eller mejl med tips i ämnet. Programmet leddes av en programledare och en bisittare. I ett inslag läste bisittaren upp ett mejl från en lyssnare där en bank omnämndes i positiva ordalag. Bisittaren uttalade sig också positivt om den aktuella banken i samband med att hon läste upp mejlet.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett visst gynnande av den aktuella banken i programmet, och då särskilt när bisittaren uttalade sig positivt om företaget i samband med att hon läste upp mejlet från lyssnaren. Nämnden ansåg att det aktuella gynnandet i den delen som avsåg innehållet i lyssnar mejlet uppvägdes av ett tillräckligt informationsintresse. Motsvarande informationsintresse fanns emellertid inte för bisittarens positiva uttalande. Med tanke på den korta tid som omnämmandet av den aktuella företaget pågick ansåg nämnden dock med viss tvekan att inslaget inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Stil

SR P1, 2010-09-03

Beslut 10/00549

Programmet handlade om på vilket sätt lokaler och adresser kan få betydelse för om en modeaffär blir framgångsrik eller inte. Bland annat tog programmet upp betydelsen av att modehuset Marc Jacobs etablerat sig på Bleecker Street i New York. Paralleller drogs till det nya shoppingstråket i Stockholm under namnet Biblioteksstan som med Bleecker Street som förebild öppnat en Marc Jacobs-butik i området. Reportern samtalade med marknadschefen för bolaget bakom satsningen på Biblioteksstan. I programmet intervjuades även bland annat vd:n för modeföretaget Acne. Han berättade om Acnes strategi vid etablering i nya städer.

Granskningsnämnden ansåg att det gynnade som uppkom av varumärkena och Biblioteksstan i inslaget var motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Sommar i P1

SR P1, 2010-07-18

Beslut 10/00283

I programmet berättade NN om sin nystartade dansskola. I inledningen sa hon att hon vill att alla ska dansa, att hon vill inspirera till dans och att hon vill få alla att anmäla sig till en danskurs eller dansskola. Mot slutet av programmet sa hon följande.

Jag lägger all min kraft och de flesta av dygnets vakna timmar på vår nystartade dansskola. I januari i år slog jag mig nämligen ihop med eldsjälén NN, som också brinner för dans och vi öppnade Base 23 Stockholm Dance Academy. Vårt mål var att bli den bredaste och bästa utbildningen med balett, musikal, hiphop, jazz och alla korsbefruktningar det kan ge. Vi knöt till oss stora namn i dansvärlden, som A för hiphoplinjen, B och C för musikallinjen och D för dansarlinjen.

Granskningsnämnden ansåg att det gynnande som uppkom var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

Fashion: Modegala i Paris

SVT2, 2009-12-09

Beslut SB 221/10

Programmet handlade om en modevisning i Paris, där den underklädeskollektion som designern NN tagit fram för en svensk klädkedja hösten 2009 presenterades. Modevisningen hade formen av ett karnevaltåg genom ett "mini-Paris" som byggts upp i utställningslokalen Grand Palais. Programmets första halva skildrade planeringen av och förberedelserna för den aktuella modevisningen och den andra halvan innehöll bilder och intervjuer från det genomförda evenemanget i Grand Palais. I den avslutande delen exponerades modeller iförda underkläder från NN i bild under cirka fyra minuter.

Enligt granskningsnämnden fanns det givetvis ett betydande informations- och underhållningsvärde i ett program som skildrade en uppmärksammas stor internationell modevisning, särskilt när det som i detta fall var fråga om ett evenemang där svenska intressen var inblandade. Nämnden konstaterade också att fokus i programmet låg på förberedelserna för och det praktiska genomförandet av det aktuella evenemanget och att bilderna från själva modevisningen upptog en mindre del av programtiden. Genom bilderna från visningen och de positiva omdömena om NN som modeskapare uppkom i och för sig ett gynnande av både klädkedjan och varumärket NN, men detta gynnande uppvägdes enligt nämnden av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Nämndens ordförande och vice ordförande var skiljaktiga och ville fälla programmet.

Chillaming

P4 Radio Stockholm, 2009-10-30

Beslut SB 188/10

I programmet uppmärksammade man lutfiskens dag i flera inslag under den första timmen. En kock från en välkänd restaurang medverkade och bjöd på lutfisk. Programledarna och de övriga gästerna i programmet berömde lutfisken och det framkom att den serverades på restaurangens julbord, vilket enligt kocken besöktes av många med anledning av just lutfisken. Under sändningen omnämndes restaurangen flera gånger och det framkom också att restaurangen hade två stjärnor i Guide Michelin. En av programledarna sa följande.

Det här var fantastiskt bra, det var jättegott, så här ska lutfisk vara, från och med nu är det julbord på [resturangens namn] [...], ingen annanstans.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett visst gynnande genom de omnämmanden som skedde av restaurangen och att särskilt programledarens uttalande kunde diskuteras. Vid en helhetsbedömning av inslagen kunde nämnden dock inte finna att det uppkom en sådan fokusering på restaurangen att överträdelse skett av bestämmelsen i radio- och tv-lagen.

FRIAT

Ost och skinka på italienska

SVT2, 2009-04-11

Beslut SB 785/09

Programmet handlade främst om den italienska hårdost som betecknas som Parmigiano-Reggiano och som i Sverige ofta går under benämningen parmesanost. Parmigiano-Reggianos logotyp förekom vid flera tillfällen i programmet, som även innehöll klipp från vad som verkade vara marknadsföringsfilmer för märket. I programmet förekom även återkommande utdrag från en sång som hyllade ostsorten.

Enligt granskningsnämndens mening innebar programmet ett betydande gynnande av Parmigiano-Reggiano som produkt och kollektivt varumärke. Programmet gav emellertid en omfattande inblick i ostens speciella tillverkning och de krav som omgärdar denna tillverkning för att en ost ska få betecknas som en "äkt" Parmigiano-Reggiano. Någon fokusering på en specifik tillverkare eller återförsäljare av produkten förekom heller inte i programmet. Vid en samlad bedömning fann nämnden därför att det gynnande som uppstod uppvägs av ett informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Kampen mot krypen

SVT2, 2005-09-11

Beslut SB 216/06

Programmet var en dokumentär om skadedjur och inleddes med att texten "Anticimex Södertälje" visades kort. I programmet fick tittarna bland annat följa Anticimex arbete med att bekämpa skadedjur. Vid fyra tillfällen fick man höra en kvinnoöst säga "Välkommen till Anticimex, kundservice", och under ett antal tillfällen i programmet såg man Anticimex logotyp på bilar, overaller, påsar, pennor, skadedjursfällor med mera. I programmet visades även inslag med skadedjursbekämpare från Stockholm Vatten och Stockholms Stad.

Granskningsnämnden ansåg att det visserligen uppstod ett gynnande genom omnämmandet av Anticimex och alla de gånger som företagets logotyp visades. Mot bakgrund av programmets karaktär, att det inte förekom några värderande uttalanden om företaget och vad SVT anfört om svårigheterna med att producera

en dokumentär om skadedjur ansåg dock nämnden att gynnandet uppvägdes av ett informations och underhållningsintresse.

FRIAT

Landet runt

SVT2, 2005-02-12

Beslut SB 700/05

Inslaget sändes från ett namngivet konditori som av två tidningar utnämns till att ha Stockholms bästa semlor. I samband med att konditoriets ägare och en anställd uttalade sig visades namnskyltar där både personernas och konditoriets namn framgick. Skyltarna visades vid fem tillfällen i inslaget.

Granskningsnämnden ansåg att det uppstod ett gynnande av konditoriet och att det kunde ifrågasättas om det var motiverat att varje gång dess representanter förekom i inslaget också nämna konditoriets namn. Nämnden beaktade dock att det inte skedde någon direkt fokusering på namnet och att reportagets utgångspunkt var att beskriva vad som hänt på konditoriet efter utnämningen att ha Stockholms bästa semlor. Nämnden ansåg, med viss tvekan, att det gynnande som uppstod av konditoriet uppvägdes av informations- och underhållningsintresset.

FRIAT

Design/365

SVT2, 2005-01-20 och 04-08

Beslut SB 651/05

Design/365 var en serie korta inslag om design som sändes dagligen med anledning av Designåret 2005. Granskningsnämnden granskade två av inslagen. Det ena inslaget handlade om kex och det andra om en självgående dammsugare. En speakerröst berättade i positiva ordalag om produkternas design, men även bland annat om kexens smak och om dammsugarens funktion. Samtidigt visades kexen och dammsugaren i bild.

Granskningsnämnden ansåg att det fanns ett informations och underhållningsintresse att skildra svensk design och att det måste vara möjligt att uppmärksamma design i den form som gjordes i inslagen. Nämnden ansåg att produkterna gynnades och att det kunde diskuteras om den reklamkaraktär som inslagen hade överensstämde med bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden fann emellertid, med viss tvekan, att gynnandet uppvägdes av informations och underhållningsintresset.

Teckenlådan

Barnkanalen, 2005-01-10

Beslut SB 346/05

Teckenlådan var ett barnprogram som vände sig till döva barn. I programmet gjorde en reporter ett besök på en fabrik som tillverkade sängar. Han följde tillverkningen av en sängbotten med madrass och bäddmadrass. Alla delar som förekom vid tillverkningen var klädda i blå och vitrutigt tyg. Undersidan av en madrass hade ett tyg med texten "Hästens". Tygerna förekom också i bild när vissa speciella arbetsmoment visades. Flera som arbetade på fabriken hade blå och vitrutiga byxor och några bar tröjor med texten "Quality in beds" och "Hästens".

Granskningsnämnden ansåg att det klart framgick vilket företag som tillverkat sängen, dels genom det kännetecknande blå och vitrutiga tyget, dels genom att namnet förekom på ett tyg. Ett visst gynnande av Hästens sängar uppkom därför. Nämnden beaktade dock att reportaget beskrev hur det gick till att tillverka en säng och att det inte förekom någon fokusering på tillverkaren därutöver. Nämnden ansåg därför att exponeringen inte stred mot förbudet att otillbörligt gynna ett kommersiellt intresse.

3.7. KRINGPRODUKTER

Yu-Gi-Oh

TV4, 2009-08-08

Beslut SB 848/09

Det tecknade programmet Yu-Gi-Oh ingick i en japansk mangaserie och handlade om Yugi Moto och hans kamp för att rädda världen. I det granskade avsnittet duellerade Yugi Moto med sin fiende. Duellanterna tog fram sina spelkort som symboliserade monster som besatt krafter och egenskaper i olika attacklägen. Spelkortet och skyltar med siffror varvades i bild med de olika monstrens attacker. Duellanterna pratade om strategier, drag och regler för spelet. Duellen pågick i cirka tio minuter.

Enligt granskningsnämnden kunde enbart det förhållandet att det fanns kommersiella produkter knutna till programmet Yu-Gi-Oh inte anses medföra något otillbörligt kommersiellt gynnande av dessa kringprodukter. I det granskade programmet var visserligen spelkortet en integrerad del av handlingen, men vare sig spelkortssekvensen eller programmet i övrigt var säljfrämjande eller på annat sätt utformat som reklam. Enligt nämnden uppkom det ett visst gynnande av

kringprodukten genom det sätt som programmet var utformat på, men gynnandet var inte otillbörligt.

> Jämför beslut SB 198/00 som refereras i avsnitt 1.2.4. Annonser i anslutning till barnprogram.

3.8. VARUMÄRKEEXPONERING

När inspelningen eller sändningen av ett program eller inslag sker under förhållanden som programföretaget helt råder över och när exponeringen inte kan motiveras av några redaktionella skäl ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken eller logotyper.

3.8.1. Varumärkesexponering på kläder

FÄLLT

Tina på besök

TV4, 2017-08-12

Beslut 17/02123

I programmet besökte programledaren en svensk golfspelare i dennes hem och lagade mat, åkte jetski och spelade golf. Under programmets gång syntes golfspelaren nästintill genomgående iklädd två olika t-shirts där tre logotyper syntes tydligt. I programmet förekom därutöver flera andra varumärken på bland annat flytvästar, kepsar och golfklubbor. Programledaren fick också låna kläder av golfspelaren; på dessa kläder syntes inga logotyper.

Granskningsnämnden ansåg att det genom den omfattande exponeringen av logotyper för flera varumärken på golfspelarens t-shirt under stora delar av programmet uppkom ett gynnande av dessa varumärken. Programmet var inspelat under förhållanden som TV4 AB rådde över och gynnandet var inte motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg inte att exponeringen av övriga varumärken eller kläder medförde att programmet stred mot bestämmelsen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 4300-18).

FÄLLT

Mästarnas mästare

SVT1, 2016-05-01

Beslut 16/01394

Det aktuella inslaget inledde ett avsnitt av tävlingsprogrammet *Mästarnas mästare*. Under inslaget hade en av tävlingsdeltagarna på sig en t-shirt på vilken det stod ett klädvarumärkes namn.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av klädvarumärket genom exponeringen av varumärkets namn på tävlingsdeltagarens t-shirt under inslaget. Programmet var dessutom inspelat under förhållanden som SVT rådde över, vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken och logotyper. Nämnden ansåg att gynnandet gick utöver vad som kunde anses vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 24997-16).

FÄLLT

Fotboll: EM-truppen presenteras

SVT2, 2016-05-11

Beslut 16/01342

Programmet var en direktsänd presentation av de fotbollsspelare som blivit uttagna till det svenska landslaget. Laget presenterades på en scen som delades av representanter från SVT och från Svenska Fotbollförbundet. Under presentationen gick bland annat några av fotbollsspelarna upp på scenen, iklädda tröjor med tydligt synliga varumärken.

Granskningsnämnden konstaterade att företagsnamn och logotyper syntes i bild på bland annat de medverkande fotbollsspelarnas tröjor under en stor del av programmet. AB Svenska Spels logotyp och namn syntes på ett framträdande sätt. Även med hänsyn tagen till att programmet var direktsänt i en studio som SVT delade med Svenska Fotbollförbundet och att det var först när spelarna stod på den gemensamma scenen som Svenska Fotbollförbundets val av spelartröjor stod klart för SVT, ansåg nämnden att exponeringen av AB Svenska Spels logotyp innebar ett otillbörligt kommersiellt gynnande. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 14767-17).

FÄLLT

SVT Nyheter Dalarna

SVT1, 2016-02-19

Beslut 16/01223

Inslaget handlade om att musikartisten NN befann sig i Falun och tränade inför Vasaloppet. I inslaget sadades att NN inför finalen i *Melodifestivalen* år 2015 hade lovat att göra "en svensk klassiker" om han vann. I inslaget visades bilder på när han åkte längdskidor. Bilderna följdes upp av en intervju med honom vid skidspåret. På NN:s tröja och mössa syntes logotypen för ett sportvarumärke och namnet på en hotell- och konferensanläggning.

Granskningsnämnden konstaterade att logotypen och namnet på ett framträdande sätt syntes i bild på artistens kläder under en stor del av inslaget. Enligt nämndens mening borde det ha varit möjligt för SVT att utforma inslaget på sådant sätt att denna exponering undveks. Genom exponeringen uppkom ett gynnande av varumärkena som inte uppvägdes av ett tillräckligt informations- eller underhållningsvärde. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Förvaltningsrätten biföll delvis nämndens ansökan och bestämde avgiften till 25 000 kronor. Nämnden och SVT överklagade domen till kammarrätten, som dock avslog både nämndens och SVT:s överklagande. Vad gäller den särskilda avgiftens storlek uttalade kammarrätten bland annat att den aktuella sändningen utgjort ett inslag i ett regionalt nyhetsprogram och att det därför haft begränsad spridning (kammarrättens mål nr 5677-17).

FÄLLT

SVT Nyheter Stockholm

SVT1, 2016-03-17

Beslut 16/00827 och 844

>> *Beslutet refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.*

FÄLLT

Melodifestivalen

SVT1, 2016-03-05

Beslut 16/00706

I en senare del av programmet väntade artisterna på tävlingsresultatet i ett så kallat greenroom. Under väntetiden hade en artist på sig en t-shirt med ett

varumärkes logotyp på, vilken syntes tydligt vid ett flertal tillfällen. När tävlingen var avgjord blev de vinnande artisterna upp på scenen för att ta emot publikens jubel. Under denna avslutande del av programmet syntes trycket på den aktuella artistens t-shirt tydligt i bild vid ett flertal tillfällen.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande genom den omfattande exponeringen av den relativt framträdande varumärkeslogotypen på artistens t-shirt. Programmet sändes dessutom under förhållanden som SVT rådde över, vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet när det gäller exponering av varumärken och logotyper. Nämnden ansåg att gynnandet gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avlog SVT:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 6047-17).

FÄLLT

Sveriges mästerkock

TV4, 2016-02-10

Beslut 16/01003

>> *Beslutet refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.*

FÄLLT

Flickvän på försök

SVT1, 2015-12-02

Beslut 15/03427

Programserien *Flickvän på försök* gick ut på att en programledare i olika avsnitt umgicks med och låtsades vara flickvän till kända personer. Det aktuella avsnittet handlade om en extremskidåkare. Programmet var inspelat i Åre och i programmets olika delar förekom ett flertal logotyper både i inspelningsmiljön och på de medverkandes kläder.

Granskningsnämnden konstaterade att programföretaget valt att blurra vissa logotyper i programmet, medan andra logotyper syntes tydligt i bild under längre sekvenser. Nämnden ansåg att det tveklöst uppkom ett gynnande genom den omfattande exponeringen av ett varumärke på skidåkarens t-shirt och den relativt framträdande exponeringen av ett varumärke som förekom på skidåkarens snowboard. Programmet var i stora delar inspelat under förhållanden som SVT rådde över, vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken och logotyper. Nämnden ansåg att gynnandet gick

utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Övriga varumärken som syntes i programmet exponerades inte i sådan omfattning att gynnandet som uppkom gick över gränsen för vad som kunde motiveras av ett informations- och underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 11047-16).

FÄLLT

Sportspegeln

SVT1, 2014-10-26

Beslut 14/02601

Inslaget var ett reportage om en känd svensk skidåkare. Reportaget följde skidåkarens träning på Mallorca och innehöll sekvenser som visade skidåkarens träning varvat med en intervju med skidåkaren tillsammans med dennes familj. I träningssekvenserna och under intervjun bar skidåkaren kläder med ett pokerföretags logotyp.

Granskningsnämnden konstaterade att pokerföretagets logotyp tydligt syntes i bild vid flera tillfällen under inslaget. Genom exponeringen av logotyperna uppkom ett gynnande av företaget. Nämnden konstaterade också att inslaget i stora delar var inspelat under förhållanden som SVT rådde över vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken eller logotyper. Nämnden ansåg därför att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 3419-15).

FÄLLT

Tjejen som inte kunde förlora

SVT1, 2013-02-07

Beslut 13/00357

Programmet var en dokumentär som porträtterade friidrottaren NN:s karriär och privatliv. Arkivbilder varvades med intervjuer där hon reflekterade över sin karriär som friidrottare. Under programmet syntes Reeboks logotyp på NN:s träningskläder samt på bröstet på en tröja som bars av hennes sambo i samband med intervjuerna i deras hem.

Granskningsnämnden konstaterade att Reeboks logotyp förekom i bild vid flera tillfällen i programmet. Vid ett tillfälle bar en medverkande en tröja med varumärket över hela bröstet vilket exponerades från och till under fem minuter. Genom exponeringen av logotyperna uppkom tveklöst ett gynnande av företaget. Nämnden konstaterade också att programmet i stora delar var inspelat under förhållanden som SVT rädde över vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken eller logotyper. Nämnden ansåg att programmet stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 19653-13).

FÄLLT

SVT Play

SVT Play, 2012-01-06

Beslut 12/00050

I inslaget intervjuades en känd golfspelare som var på Sverigebesök. Intervjun genomfördes i samband med golfspelarens arbete som golftränare. Golfspelaren hade på sig en tröja och en keps med logotyper som var synliga i bild i totalt cirka 2 minuter och 30 sekunder.

Enligt granskningsnämndens bedömning var logotyperna på golfspelarens tröja och keps mycket framträdande. Sammanlagt exponerades ett eller flera av varumärkena under hela den tid hon syntes i intervjusituationen. Nämnden kunde inte finna att den omfattande exponeringen var redaktionellt motiverad utifrån ett informations- eller underhållningsintresse. Varumärkena framhövdes därmed på ett otillbörligt sätt. Vad SVT hade anfört om att intervjun genomfördes i en miljö där SVT inte rädde över omständigheterna på samma sätt som i en studiointervju, medförde inte någon annan bedömning.

FRIAT

FÄLLT

Sveriges starkaste man

SVT1, 2017-09-23

Beslut 17/02628

Programmet var ett sammandrag från en tävling där tio män tävlade om vem som var starkast i Sverige. I programmet exponerades genomgående logotyper för varumärken som bland annat syntes på banderoller vid sidan om tävlingsområdet och på tävlingsdeltagarnas tröjor. Programmet innehöll även förinspelade intervjuer med tävlingsdeltagare som inte var inspelade i tävlingsmiljö. I de

förinspelade intervjuerna exponerades en logotyp på tävlingsdeltagarnas tröjor vid flera tillfällen.

Granskningsnämnden konstaterade att programmet till största delen var en inspelning från ett befintligt arrangemang och att SVT inte haft någon möjlighet att påverka miljön på tävlingsarenan. Det förekom inte någon direkt fokusering på logotyperna. Nämnden ansåg därför att det gynnande som uppkom genom exponeringen av logotyperna i tävlingsmiljön inte gick utöver vad som fick godtas.

Intervjuerna i de förinspelade presentationerna var däremot inspelade under förhållanden som SVT rådde över, vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av logotyper. En logotyp syntes tydligt i bild på tävlingsdeltagarnas kläder under delar av de förinspelade intervjuerna som inte var inspelade i tävlingsmiljön. Enligt nämnden borde det ha varit möjligt för SVT att utforma dessa intervjuer på sådant sätt att exponeringen undveks. Genom exponeringen uppkom ett gynnande av företaget som inte uppvägdes av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Förvaltningsrätten satte ned avgiften till 75 000 kronor. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande av förvaltningsrättens dom och bestämde avgiften till 100 000 kr (kammarrättens mål nr 10231-18).

FRIAT

FÄLLT

VM i Falun: Invigning

SVT24, 2015-02-22

Beslut 15/00564

Programmet var en sändning från invigningen av skid-VM i Falun. Sändningen kommenterades av en kommentator som inte syntes i bild. Invigningen innehöll bland annat tal och musikframträdanden. Vd:n och kommunikationschefen för Skid-VM Falun 2015 ledde tillsammans invigningen och på deras kläder (mössa och jacka) syntes bland annat logotypen för Stora Enso. Även deltagare från andra länder bar liknande kläder med samma logotyp. I inledningen och slutet av programmet visades en elektronisk skylt i bild i cirka sju sekunder med bland annat texten "Nordic World Ski Championships, Opening Ceremony". Den elektroniska skylten innehöll även logotypen för företaget Viessmann.

Granskningsnämnden konstaterade att presentatörerna av den aktuella invigningen inte var företrädare för SVT och att deras ytterkläder var likadana som de kläder som bars av flera andra deltagare. Nämnden ansåg att det uppkom ett visst

gynnande av det aktuella företaget genom exponeringen av dess logotyp på kläderna. Med beaktande av att det rörde sig om en utsändning av ett befintligt arrangemang och att det inte förekom någon direkt fokusering på logotypen ansåg dock nämnden att det gynnande som uppkom inte gick utöver vad som fick godtas. Sändningen stred därför i detta avseende inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden bedömde vidare att den elektroniska skylt med en företagslogotyp som visades i inledningen och slutet av sändningen inte var en sådan skylt som avsågs i bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar. Det framkom inte heller något i ärendet som tydde på att det var fråga om sponsring. Den aktuella skylten skulle därför bedömas utifrån bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Enligt nämnden innebar förekomsten av företagslogotypen ett gynnande av det aktuella företaget. Förekomsten av logotypen var enligt nämndens mening säljfrämjande och kunde inte anses vara motiverad av något informations- eller underhållningsintresse. Sändningen stred därför i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 24076-15).

FRIAT

Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8

SVT Play, 2016-06-20

Beslut 16/01781

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.

FRIAT

Pengarna återlämnade – dansstjärnan tackar GP och folket

www.gp.se/tv, 2016-06-16

Beslut 16/01716

I programmet, som spelades in på en restaurang, berättade en pojke som tappat bort en avskedspresent om hur det gick till när han fick tillbaka den och att han skulle till ett dansläger i New York. I bakgrunden syntes två sporttröjor med varumärken på och på pojkens pikétröja syntes tröjans varumärke. Granskningsnämnden ansåg vid en samlad bedömning att det inte uppstod ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen som gick utöver det som kan motiveras av ett informations- och underhållningsintresse.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden och 3.14. Gynnande av inspelningsplats.

Gomorrön Sverige

SVT1, 2016-05-19

Beslut 16/01458

Inslaget handlade om herrmode och en modechef för en livsstilstidning för män var inbjuden till studion för att ge tips om sommarens modeplagg. I inslaget intervjuade två programledare modechefen som stod vid ett bord med klädesplagg, skor och accessoarer och framför en klädställning med ett antal skjortor. På bordet syntes bland annat ett par vita tofflor med ett klädmärkesnamn på i svart text.

Granskningsnämnden konstaterade att klädmärkets namn på tofflorna åtminstone till viss del syntes i bild under stora delar av inslaget. Nämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av det aktuella varumärket. Med beaktande av program-sammanhanget och att det inte i övrigt förekom någon direkt fokusering på tofflorna ansåg nämnden dock att det gynnande som uppkom inte gick utöver vad som kunde godtas. Sändningen stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Tre ledamöter var skiljaktiga och ville fälla inslaget.

Husdrömmar

SVT1, 2016-02-29

Beslut 16/00753

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.

Ett annorlunda landslag

SVT Play, 2016-02-10

Beslut 16/00417

Programmet var en dokumentärfilm om tre freeski-åkare som ingick i det svenska landslaget. Filmen var inspelad under en resa i USA och innehöll intervjuer samt bilder från träningar och tävlingar. Det förekom ett antal logotyper i inspelningsmiljöerna och på de medverkandes kläder och utrustning.

Granskningsnämnden konstaterade att ett flertal varumärken förekom i dokumentärfilmen och att särskilt logotypen för varumärket Red Bull syntes från och till, såväl i bakgrunden som på hjälmar och kläder. Nämnden, som beaktade att SVT hade blurrat logotypen i många sekvenser och att stora delar av filmen var inspelade i idrottsutövarnas tränings- och tävlingsmiljöer, ansåg dock att exponeringen av logotypen inte gick utöver vad som kunde godtas. Övriga varumärken som

syntes i programmet exponerades inte heller i sådan omfattning att gynnandet som uppkom gick över gränsen för vad som kunde motiveras av ett informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Bil- och båttokig

SVT1, 2015-08-06

Beslut 15/01980

Inslaget var en del av programmet *Bil- och båttokig* där en medverkande skådespelare provkörde en stridsbåt. På skådespelarens tröja syntes en logotyp för ett varumärke. Logotypen syntes vid ett antal tillfällen i totalt cirka två minuter av inslaget.

Enligt granskningsnämndens mening framhövdes inte den aktuella logotypen på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden lade vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek och det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på den.

FRIAT

Mästarnas mästare

SVT1, 2015-04-26

Beslut 15/01099

Programmet var ett avsnitt av *Mästarnas mästare* där ett antal sportprofiler medverkade i en tävling. I avsnittet syntes en idrottsförenings namn och emblem på den före detta brottaren NN:s pikétröja och mössa vid ett antal tillfällen under totalt cirka tre minuter. Den största delen av exponeringen skedde under en del av programmet när deltagarna diskuterade NN:s idrottskarriär.

Granskningsnämnden gjorde bedömningen att den aktuella idrottsföreningen fick anses bedriva verksamhet av ekonomisk art och att föreningen hade gynnats genom exponeringen. Gynnandet var dock enligt nämnden motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Vid sin bedömning lade nämnden vikt vid att programmet till stor del fokuserade på NN:s livshistoria och att hans val av kläder med namn och emblem för den idrottsförening han stödjer fick anses utgöra en del av hans berättelse. Programmet stred således inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Västnytt

SVT2, 2013-10-28

Beslut 13/01747

Under inslaget syntes en reporter i bild under cirka 20 sekunder. Han hade på sig en t-tröja med ett mönstrat tryck. Utmed tröjans nedre del syntes namnet på ett klädmärke under sammantaget cirka 15 sekunder.

Enligt granskningsnämndens mening framhövdes inte klädmärkets logotyp på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden lade vid sin bedömning vikt vid att logotypen syntes i bild under kort tid och att det inte förekom någon särskild fokusering på den.

Rapport

SVT1, 2010-12-14

Beslut 10/01431

Det cirka två minuter långa inslaget handlade om en domstolsförhandling i London vid vilken frågan om en person skulle släppas fri mot borgen behandlades. Inslaget var filmat från gatorna utanför domstolen. Reportern hade på sig en brun täckjacka med en logotyp på bröstet. I samband med att reportern berättade om uppståndelsen utanför domstolen och redogjorde för dagens domstolsförhandlingar syntes hon i halvkroppsbild. Logotypen exponerades då under cirka 15 sekunder.

Enligt granskningsnämndens mening framhövdes inte den aktuella logotypen på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden lade vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek och det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på den. Nämnden beaktade även att logotypen endast syntes i bild under kort tid och att texten var tydligt läsbar under ett par sekunder.

Nyhetsmorgon lördag

TV4, 2010-05-15

Beslut 10/00116

I återkommande inslag i *Nyhetsmorgon lördag* medverkade en konditor. På dennes högra skjortärm fanns en logotyp som mer eller mindre var synlig under cirka 25 minuter fördelat på hela sändningen. Märket syntes extra tydligt under två minuter och 13 sekunder.

Enligt granskningsnämndens mening framhövdes inte varumärkets logotyp på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden lade vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek och det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på den.

FRIAT

Exklusivt Ekwall

TV4 Sport, 2009-12-01

Beslut 10/00009

Programmet var en intervju med två idrottsmän; en före detta brottare, A, och en fotbollsspelare, B. I programmet samtalade programledaren med de medverkande om flera ämnen, bland annat deras olika karriärer och karriärval. A var klädd i en svart tröja med en logotyp på vänstra sidan av bröstet. Logotypen syntes tydligt i bild i totalt cirka tretton minuter.

Enligt granskningsnämndens mening exponerades logotypen på A:s tröja inte på ett sådant sätt att det innebar att varumärket framhövdes på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden lade vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek och det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på den.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.2. Dryckesprovning.

3.8.2. Varumärken i inspelningsmiljön

I sportsändningar syns ofta varumärken i den fysiska tävlingsmiljön. Program med exponering av varumärken i en tävlingsmiljö har i allmänhet godtagits av granskningsnämnden när det har varit fråga om en sändning eller inspelning från ett befintligt arrangemang, där programföretaget inte haft någon möjlighet att påverka miljön (till exempel då det förekommit logotyper på en arena eller på fysiska skyltar i tävlingsmiljön) och där det inte förkommit någon direkt fokusering på logotyperna. Det finns dock även exempel på fällande beslut i nämndens praxis.

FÄLLT

Längdskidåkning

SVT1, 2016-11-19

Beslut 16/03110

Under en direktsändning från damernas tävling i 10 km klassisk stil under den svenska elitens premiärhelg i längdskidåkning i Bruksvallarna förekom ett inslag med en sponsorrädd med logotyper på. I inslaget syntes sponsorrädden i ungefär halva bilden i cirka 16 sekunder utan att någon intervjuades framför den. Fyra

stycken logotyper syntes på sponsurväggen. Tidigare under sändningen intervjuades bland annat åkare från herrarnas tävling framför väggen.

Granskningsnämnden ansåg att de logotyper som syntes på sponsurväggen framhävdes på ett otillbörligt sätt i och med att väggen förekom i bild utan sammanhang och utan att någon intervju skedde. Att exponeringen enligt SVT var oavsiktlig, att bilden var något otydlig och att inslaget endast utgjorde en liten del av sändningen ändrade inte nämndens bedömning. Det uppkomna gynnandet var inte motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg dock att omständigheterna var sådana att det inte fanns skäl att denna gång ansöka om påförande av särskild avgift.

FÄLLT

Mitt liv som valp

Sjuan, 2016-10-25

Beslut 16/02945

I programserien *Mitt liv som valp* fick tittaren följa några utvalda valpars vardag. I det aktuella inslaget besökte en hundtränare en butik – som även var sponsor av programmet – tillsammans med sin hund för att köpa leksaker och hundgodis. Inne i butiken visade butikschefen upp en del av butikens hundleksaker. Berättarrösten sa då bland annat att ”det är som att släppa in ett barn i en godisaffär”. Butikschefen berättade även om utbudet av butikens hundgodis och sa bland annat att ”fördelen med [hundgodiset] är att det är bara rent kött” och att ”det finns massor med olika smaker så att man kan oftast hitta nånting som faller väl ut”. Vid ett par tillfällen visades tränarens hund som slickade sig runt munnen samtidigt som ett slurpande ljud hördes. I inslaget syntes butikens namn och logotyp på skyltar, på en korg och på en påse vid flera tillfällen. Namnet på butiken och dess logotyp syntes även i början av inslaget i samband med att hundtränaren parkerade sin bil utanför butiken samt i samband med att butikschefen presenterades i bild. Ett antal produkter med prisuppgifter visades även i bild.

Granskningsnämnden ansåg att de positiva uttalandena samt exponeringen av butikens namn, logotyp, produkter och priser medförde ett gynnande av den aktuella sponsorn som gick utöver vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 14462-17).

FÄLLT

Sveriges mästarkock

TV4, 2016-02-10

Beslut 16/01003

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.

FÄLLT

Sportspegeln

SVT1, 2010-09-13

Beslut 10/00751

Inslaget handlade om att en svensk fotbollsspelare bytt fotbollsklubb och skrivit kontrakt med en annan klubb. I inslaget intervjuades spelaren och därefter kommenterades övergången av SVT:s expertkommentator. Kommentatorn stod framför en skärm med företagslogotyper. Skärmen syntes i bild i en minut. SVT uppgav att förfarandet stred mot deras riktlinjer och berodde på olyckliga omständigheter. SVT bedömde att spelarens klubbyte var en stor och viktig nyhet. Kommentatorn arbetade för en annan uppdragsgivare den aktuella kvällen och ingen teknik från SVT fanns på plats. Tidspressen var stor eftersom kommentatorn egentligen hade fullt upp med den match han var satt att kommentera. Det var det engelska teknikbolaget som anvisade kommentatorn den enda platsen för sändning. Varken kommentatorn eller någon redaktionellt ansvarig uppmärksammade företagslogotyperna före sändning.

Granskningsnämnden ansåg att varumärkena på skärmen framhövdes på ett otillbörligt sätt i och med att kommentatorn stod placerad framför skärmen. Det gynnandet som uppkom var inte motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse och inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

> Nämnden prövade en liknande situation i SB 95/08 som behandlade ett inslag i *Gomorra Sverige* om en EMkvalmatch i fotboll där matchsekvenser varvades med spelarintervjuer. I slutet visades en intervju med SVT:s expertkommentator, som stod framför en skärm med företagslogotyper. Nämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de företag vars logotyper syntes. Gynnandet var inte motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.

FÄLLT

Sportspegeln

SVT1, 2005-07-10

Beslut SB 74/06

Inslaget innehöll en intervju med skidåkaren NN. Intervjun var inspelad ombord på en segelbåt som deltog i en segelartävling. På segelbåten fanns varumärket

för ett elektronikföretag i storformat på flera ställen och detta varumärke fanns också på NN:s kläder.

Granskningsnämnden konstaterade att elektronikföretagets varumärke visades i bild under en stor del av inslaget och på ett delvis mycket framträdande sätt. Enligt nämndens mening borde det ha varit möjligt för SVT att utforma inslaget på sådant sätt att en del av denna exponering undveks. Genom den omfattande exponeringen uppkom ett gynnande av elektronikföretaget som inte uppvägdes av inslagets informations och underhållningsvärde.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 3546-06).

FÄLLT

Skeppsholmen

SVT1, 2003-10-02

Beslut SB 789/03

I ett avsnitt av den svenska dramaserien *Skeppsholmen* förekom en scen där en av huvudpersonerna visade upp sin nyinköpta bil för sin exmake. Under en del av scenen visades bilen filmad framifrån med märket väl synligt. Bilens speciella startsystem visades också i närbild och rollfigurerna kommenterade bilens utseende och pris.

Enligt granskningsnämnden uppkom genom exponeringen av den aktuella bilen ett kommersiellt gynnande som inte var motiverat av ett informations eller underhållningsintresse.

FÄLLT

Bosse Bildoktorn

SVT2, 2003-06-12

Beslut SB 696/03

Programmet innehöll tre avsnitt där Bosse Bildoktorn befann sig i sin verkstad. Bakom honom stod ett stort, rödmålat verktygsställ. På detta fanns ett karaktäristiskt svart C som utgör en del av en biltillbehörskedjas logotyp. C:et syntes helt eller delvis i bild under sammanlagt cirka fyra minuter.

Granskningsnämnden konstaterade att verktygsstället med den svarta C-logotypen visades i bild under relativt lång tid och på ett framträdande sätt. Genom den omfattande exponeringen av logotypen i programmet uppkom ett kommersiellt gynnande som inte var motiverat av något informations eller underhållningsintresse. Särskilt mot bakgrund av SVT:s förklaring att logotypen på verktygsstället under

seriens gång ersatts av programmets logotyp fann nämnden inte skäl att ansöka om påförande av särskild avgift.

FRIAT

FÄLLT

Sportnytt

SVT2, 2018-03-01

Beslut 18/00769

Inslaget handlade om att en fotbollsspelare sagt sig vara redo för en comeback. I inslaget intervjuades fotbollsspelaren framför en svart vägg som till stora delar var täckt med logotyper med texten "Padel Zenter" och en rund symbol. Samma logotyp och text syntes av och till på kläder och väggar i samband med att bilder visades inifrån den rackethall i vilken intervjun genomfördes. Bland annat visades bilder från hur fotbollsspelaren klippte ett band i samband med invigningen av hallen och personer som spelade padel.

Enligt granskningsnämndens mening uppkom ett gynnande av rackethallen genom att logotypen och namnet i stort sett genomgående exponerades i inslaget. Varumärkesexponeringen var särskilt framträdande på väggen i samband med intervjun men ett gynnande uppkom även genom att det visades andra bilder från invigningen av hallen. Nämnden ansåg att det omfattande gynnandet inte var redaktionellt motiverat utifrån ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse och beaktade att det rörde sig om invigningen av fotbollsspelarens egen rackethall. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Vad SVT hade anfört om att intervjuplatsen var det enda alternativ som fanns och att SVT inte kontrollerade inspelningsmiljön ändrade inte bedömningen.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet men satte ned beloppet till 25 000 kronor. Förvaltningsrätten ansåg att de delar av intervjun som visade fotbollsspelaren framför väggen med logotyper var motiverade med hänsyn till det informationsintresse som förelåg. Genom de delar av intervjun där rackethallens verksamhet visades och där det nämndes att det var fotbollsspelarens rackethall uppkom dock ett kommersiellt gynnande som enkelt hade kunnat undvikas. Hallens logotyp visades även mycket kort under dessa sekvenser. Vare sig rackethallens verksamhet eller fotbollsspelarens engagemang i densamma framstod som information som med tillräcklig styrka kunde motiveras av något underhållnings- eller informationsintresse och genom dessa sekvenser (som utgjorde en mindre del av inslaget) uppkom därför enligt förvaltningsrätten ett otillbörligt gynnande. En avgift om 25 000 kr ansågs motiverad i detta fall (förvaltningsrättens mål nr 27724-18).

Uppdrag granskning

SVT1, 2018-04-25

Beslut 18/01466

Programmet handlade om den man som senare kom att dömas för terrorattentatet på Drottninggatan i Stockholm år 2017 och rättegången mot honom. I programmet fick tittaren bland annat följa försvarsadvokaternas arbete med målet. Advokaterna filmades bland annat i kontorsmiljö. Vid ett tillfälle exponerades advokatbyråns logotyp på en receptionsdisk och på en dörr. Vid två andra tillfällen exponerades logotypen på en husfasad. Då logotypen syntes på receptionsdisken och vid den längre exponeringen på husfasaden var den tydligt placerad mitt i bild.

Granskningsnämnden konstaterade att logotypen förekom centralt i bild och syntes tydligt i sammanlagt cirka 12 sekunder, en exponering som gynnade advokatbyrån. Med hänsyn till den relativt korta tid som varumärket exponerades gick gynnandet dock inte utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informationsintresset.

> Jämför beslut SB 397/09 som refereras i avsnitt 3.14. Gynnande av inspelningsplats.

Rapport

SVT1, 2016-07-21

Beslut 16/02041

Inslaget handlade om hur en elektronikkedja använde sig av ett onlinespel för mobiltelefoner för att locka kunder till sina butiker. I inslaget intervjuades bland annat en anställd vid elektronikkedjan. Under intervjun syntes logotypen för kedjan på ett textilband runt den anställdes hals och i bakgrunden. Granskningsnämnden ansåg att det gynnande som uppkom i inslaget var motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Ett annorlunda landslag

SVT Play, 2016-02-10

Beslut 16/00417

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.8.1. Varumärkesexponering på kläder.

Vinterstudion

SVT1, 2012-11-24

Beslut 12/02561

Inslaget var drygt tio minuter långt och handlade om två längdskidåkningsrivaler, A från Norge och B från Sverige. I ett reportage från Monte Carlo berättade reportern om hur rivaliteten användes av B:s sponsor Pokerstars som bjudit in pressen till en poker- och tennisturnering mellan de båda rivalerna. Under inslaget syntes Pokerstars logotyp på B:s kläder och runt tennisplanen där längdåkarna spelade. I inslaget visades när sponsorbanderollerna rullades ut och när spelarna fotograferades mot dem efter matchen. Reportern frågade företrädaren för Pokerstars hur mycket sponsorkontrakten var värda för spelarna men fick till svar att det var hemligt. Reportern sa att det i alla fall handlade om att B fick spela i den största pokerturneringen i Europa där bara biljetterna kostade drygt 90 000 kronor. B sa att det var en bra deal att få komma till Monte Carlo för att spela poker och att det var något han gillade väldigt mycket. Han sa även att man kunde lära sig väldigt mycket eftersom det var ett skådespel vid borden där det gällde att visa att man var tuff. Reportern redogjorde även för att detta inte var det första mötet när rivaliteten exploaterats och sa att ”det är det ena jippet eller mötet efter det andra”.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av pokerföretaget bland annat genom de framträdande logotyperna på B:s tröjor, banderollerna runt tennisplanen och varumärkesexponeringens längd. Mot bakgrund av att inslaget var redaktionellt med avsikt att belysa elitidrottarens villkor med sponsrade åtaganden ansåg nämnden sammantaget att det uppkomna gynnandet fick anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Nyhetsmorgon

TV4, 2009-04-05

Beslut SB 783/09

I inslaget intervjuades Sveriges kronprinsessa ombord på en segelbåt som deltog i en internationell kappseglingstävling. Ett elektronikföretags varumärke syntes i bild under hela det cirka fem minuter långa inslaget.

Granskningsnämnden ansåg att det genom den omfattande varumärkesexponeringen tveklöst uppkom ett gynnande av företaget. Nämnden ansåg också att det kunde diskuteras om det inte hade varit möjligt för TV4 att genom en varsamare utformning av inslaget undvika delar av denna exponering. Med hänsyn till att inslaget måste anses ha ett stort informations och underhållningsvärde ansåg dock nämnden att det uppkomna gynnandet kunde godtas.

Julkonsert: Sånger för livet

SVT1, 2008-12-22

Beslut SB 356/09

Programmet var en konsert inspelad i Globen och pågick en timme. Vid cirka 80 tillfällen och i sammanlagt cirka åtta minuter syntes en banderoll bakom kören och orkestern. Banderollen visade två logotyper för ett elektronikföretag. SVT uppgav i yttrande att företaget var Globens sponsor och att banderollen var fastmonterad på arenan.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande genom exponeringen. Med hänsyn till att det rörde sig om en utsändning från ett befintligt arrangemang och det inte förekom någon direkt fokusering på banderollen gick dock gynnandet inte utöver vad som fick godtas.

Packat & klart

SVT1, 2008-10-08

Beslut SB 354/09

I ett av inslagen i programmet reste en reporter runt med bil i Salta-provinsen i norra Argentina. Förutom återkommande exteriörbilder på bilen förekom flera filmade sekvenser inifrån bilen, där bilmärkets logotyp syntes tydligt på ratten. Den sammanlagda exponeringen av logotypen uppgick till cirka 40 sekunder, varav 3 sekunder i närbild. Vid flera tillfällen framhölls också att den använda bilen hade fyrhjulsdrift.

Granskningsnämnden ansåg att det genom inslagets utformning uppkom ett visst gynnande av det aktuella bilmärket. Exponeringen av bilmärket var dock enligt nämndens mening inte så omfattande att inslaget stred mot bestämmelsen i radio- och tv-lagen.

American Idol

TV4, 2008-05-12 och 05-19

Beslut SB 822/08

I musiktävlingen *American Idol* hade var och en av de tre personerna i juryn ett stort rött glas med Coca-Colas logotyp framför sig. Glasen exponerades i bild under sammanlagt mellan fyra och fem minuter i varje program.

TV4 AB framhöll i sitt yttrande att det rörde sig om ett inköpt utländskt program som TV4 AB inte kunnat påverka utformningen av. Enligt granskningsnämnden måste det finnas en gräns för hur mycket varumärkesexponering som kan tillåtas också i program av detta slag. Nämnden ansåg dock inte att exponeringen av Coca-Cola i de granskade avsnitten av American Idol gick utöver vad som kunde godtas.

FRIAT

QX Gaygalan

TV4, 2008-02-07

Beslut SB 816/08

QX Gaygalan var ett program med prisutdelningar och artistframträdanden. Under prisutdelningarna syntes en skylt med logotypen för tidningen QX. Sammanlagt var den i bild cirka tio minuter under den två timmar långa sändningen.

Granskningsnämnden konstaterade att det var tidningen QX som arrangerade galan. Någon övrig fokusering än att logotypen då och då visades i bild förekom inte i programmet. Nämnden ansåg att gynnandet som uppstod inte gick utöver vad som fick godtas med hänsyn till att QX var arrangör av galan.

FRIAT

24 Direkt

SVT24, 2008-01-28

Beslut SB 673/08

Programmet var en utsändning av ett seminarium på temat ”Klimatneutrala godstransporter på väg”. Vid seminariet medverkade bland annat representanter från näringslivet som deltog i ett projekt för att minska godstransporters klimatpåverkan. Under seminariet höll representanter från tre olika företag föredrag och i samband med dessa föredrag visades bilder på en duk bakom talarpodiet. Bilderna innehöll bland annat de aktuella företagens logotyper.

Enligt granskningsnämnden uppkom det ett visst gynnande genom exponeringen av logotyperna. Mot bakgrund av att det sammantaget inte skedde någon direkt fokusering på logotyperna, den speciella formen av utsändning samt illustrationernas karaktär ansåg nämnden dock att det gynnande som uppkom inte var otillbörligt.

> *Nämnden prövade en liknande situation i 16/01717 som behandlade två avsnitt i UR Samtiden som bestod av utsändningar av två olika föredrag. Under föredragen exponerades bland annat olika varumärken och logotyper på kläder och presentationsbilder. Enligt nämndens mening innebar förekomsten av olika kommersiella element ett visst kommersiellt gynnande. Mot bakgrund av att det sammantaget inte skedde någon direkt fokusering på logotyperna eller produkterna, den speciella formen av inspelning samt*

informations- och underhållningsintresset, ansåg nämnden att det gynnande som uppkom inte var otillbörligt.

> Jämför beslut 16/03458 som refereras i avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.

FRIAT

Melodifestivalen

SVT1, 2008-02-23

Beslut SB 502/08

Varje deltagande artist i *Melodifestivalen* introducerades med en kort filmsekvens. Sekvenserna var inspelade i en studio där en vägg utgjordes av 24 högtalare och förstärkare med en logotyp på. Vid några tillfällen filmades artisterna och programledaren ståendes nära högtalarna och logotypen syntes tydligt i sammanlagt cirka 30 sekunder.

Granskningsnämnden konstaterade att sändningarna skedde under förhållanden som SVT helt rädde över. Enligt nämndens mening förekom det i sekvenserna inte någon omfattande fokusering på högtalarna eller förstärkarna i bakgrunden. Visserligen syntes den aktuella logotypen tydligt i bild vid minst två tillfällen, men under så kort tid att exponeringen enligt nämndens bedömning inte innebar att programmet stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

Stjärnorna på slottet

SVT1, 2007-12-29

Beslut SB 288/08

I programmet användes två bilar för att transportera deltagarna. Att bilarna var av märket Mercedes framgick tydligt vid de tillfällen som bilarna var i bild, sammanlagt cirka 40 sekunder. Enligt granskningsnämndens mening kunde det diskuteras om inte bilarna exponerades på ett väl framträdande sätt under den tid de visades i bild. Vid en helhetsbedömning av programmet kunde nämnden dock inte finna att exponeringen av bilarna var så omfattande att det blev fråga om ett otillbörligt gynnande.

Nyhetsmorgon

TV4, 2007-11-14 och 11-26

Beslut SB 94/08

I *Nyhetsmorgon* var kvällstidningarna Expressen och Aftonbladet omväxlande placerade på programledarnas bord och syntes i bild i samband med intervjuer i studion. Granskningsnämnden konstaterade att TV4 AB genom ett medvetet val hade placerat tidningarna i tittarnas blickfång. Därmed uppkom enligt nämnden ett gynnande av tidningarna, men med hänsyn till programmets nyhetskaraktär och att det inte fokuserades särskilt på tidningarna var gynnandet inte otillbörligt.

3.8.3. Annan varumärkesexponering

Fråga doktorn

SVT1, 2016-02-01

Beslut 16/00396

Inslaget innehöll en sekvens där en kvinna filmades i sitt designföretags lokaler. Företagets logotyp, ett par produkter samt prisinformation om en av dessa syntes i bild. Kvinnan visade också upp en skål hon tillverkat och berättade att hon hade lämnat en sådan skål till prins Carl Philip som bröllopsgåva varpå en bild som föreställde prinsen med skålen i händerna visades.

Granskningsnämnden konstaterade att logotypen för kvinnans designföretag syntes tydligt i bild vid flera tillfällen. Även ett antal produkter företaget tillhandahåller samt prisinformation om en av dessa syntes tydligt. Genom exponeringen av logotypen, produkterna samt prisinformationen uppkom ett gynnande av designföretaget som inte kunde anses vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 21088-16).

FÄLLT

Veterinärerna

TV4, 2014-10-25

Beslut 14/02578

I det aktuella avsnittet av *Veterinärerna* visades ett inslag där en kattägare betalade för ett veterinärbesök. Kattägaren sa följande.

Ja, om man inte hade haft försäkring så hade det ju varit väldigt osäkert när man lämnar in såhär. Det är ju mycket pengar det rör sig om. Så det känns som en väldigt trygghet att ha försäkring.

I samband med uttalandet zoomade kameran in på betalautomaten där kattägaren satte i sitt kort. På kortet syntes ”Agría Djurförsäkring” tydligt i bild i cirka tre sekunder.

Granskningsnämnden ansåg att det genom exponeringen av kattägarens betalkort i samband med dennes uttalande om försäkringar uppkom ett gynnande av försäkringsbolaget som inte var motiverat av ett tillräckligt underhållnings- eller informationsintresse. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 150 000 kronor, varav 50 000 kronor avsåg det otillbörliga gynnandet och 100 000 kronor avsåg ett felaktigt utformat sponsringsmeddelande. Förvaltningsrätten biföll nämndens talan vad avser det otillbörliga gynnandet och påförde bolaget en avgift om 50 000 kronor men avslog talan vad gäller sponsringsmeddelandet. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagade av förvaltningsrättens dom i den del som avsåg sponsringsmeddelandet och ålade bolaget att betala 100 000 kronor för det felaktigt utformade sponsringsmeddelandet. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 6162-15).

FÄLLT

Pro-Am Poker Equalizer

TV4 Sport, 2008-08-17

Beslut SB 65/09

Programmet *Pro-Am Poker Equalizer* var en amerikansk pokertävling där deltagarna utgjordes av två amatörspelare och fyra proffsspelare. Programmet var sponsrat av pokersajten FullTiltPoker.net. Bakom bordet där deltagarna satt fanns en mur med logotypen för sajten på ett flertal ställen. Logotypen fanns också på några av deltagarnas kläder (en hatt, en tröja, en skjorta och keps). Vid tre tillfällen under programmet sa en amerikansk speakerröst följande i svensk

översättning: ”Pro-Am Poker Equalizer presenteras av FullTiltPoker.net. Lär av, chatta med och spela mot proffsen på FullTiltPoker.net.” TV4 Sports sändning av programmet var också sponsrad av den aktuella pokersajten.

Enligt granskningsnämnden måste det finnas en gräns för hur mycket varumärkesexponering som kan tillåtas även i ett program som programföretaget inte kunnat påverka utformningen av. Mot bakgrund av den omfattande exponeringen av pokersajtens logotyp och att sändningen samtidigt var sponsrad av pokersajten ansåg nämnden att det uppkom ett otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 6602-10).

> Se även beslut 10/01502 under avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.

FÄLLT

Bingolotto

TV4, 2003-11-01

Beslut SB 245/04

I den aktuella sändningen ingick ett spel som kvällens huvudnummer och två flygplan stod uppställda på två flygplatser beredda att flyga in vinnaren till studion i Göteborg. Flygbolagets logotyp syntes tydligt med stora bokstäver på flygplanens långsidor och visades ett flertal gånger i programmet. Dessutom medverkade en flygledare från det aktuella flygbolaget i *Bingolotto*-studion under hela programmets gång.

Enligt granskningsnämndens mening fanns det inte något informations- eller underhållningsintresse som uppvägs den omfattande exponeringen av flygbolaget. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 200 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 15175-04).

FÄLLT

Oprah Winfrey Show

TV4, 2003-04-02

Beslut SB 614/03

Programmet hade rubriken *Oprah's favorite things* och ägnades i sin helhet åt utdelning av programledarens favoritsaker. De produkter som publiken under stort

jubel fick ta emot utgjordes av en armbandsklocka, en kamera, en CD-spelare, en mobiltelefon, CD-skivor, böcker, klädesplagg med mera. Samtliga produkter presenterades i mycket positiva ordalag och i flertalet fall lämnades även uppgifter om priser och försäljningsställen.

Granskningsnämnden konstaterade att programmet hade karaktären av ett rent försäljningsprogram för de aktuella produkterna. Flera av de produkter som exponerades var produkter med internationellt välkända varumärken. Enligt nämndens mening uppkom ett gynnande av dessa produkter som vida översteg vad som var motiverat av något informations eller underhållningsintresse. Mot bakgrund av TV4:s förklaring att ytterligare avsnitt av *Oprah's favorite things* inte skulle komma att visas fann nämnden inte skäl att ansöka om särskild avgift.

- > Nämnden fällde senare ett avsnitt av programserien *Dr Phil* där det förekom en liknande utdelning av presenter till publiken (SB 63/04). Nämnden ansökte i detta fall om att TV4 AB skulle påföras en särskild avgift på 250 000 kronor, vilket förvaltningsrätten biföll.
- > Nämnden har även fällt ett avsnitt av *Oprah Winfrey Show*, där olika elektroniska produkter avsedda för hemmet presenterades och ett avsnitt där utlottning skedde av en bil och programledaren gav förslag på presenter under 100 dollar (SB 345/01 och SB 539/04). Kammarrätten påförde i dessa fall TV4 AB att betala en avgift på 100 000 respektive 200 000 kronor.

FÄLLT

Position X

TV4, 2002-09-19

Beslut SB 62/03

Position X var ett tävlingsprogram med flera deltagande lag, ”rymmare” och ”spanare”, som skulle gömma sig för varandra och under tiden utföra olika uppdrag. Ett av rymmarparen fick ett uppdrag som gick ut på att bädda en himmelssäng inne på en bank. I det cirka 40 sekunder långa inslaget förekom inte bara exponering av en Hästens säng utan även ytterligare blå och vitrutiga Hästensprodukter, såsom en morgonrock, täcken, kuddar, nattmössor och ett mjukisdjur i form av en häst som även den var iförd en blå och vitrutig nattmössa.

Granskningsnämnden ansåg att exponeringen av Hästens produkter gick vida utöver vad som kunde vara motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 500 000 kronor för det otillbörliga gynnandet men satte ner beloppet till 350 000 kronor. Kammarrätten satte ned beloppet ytterligare till 250 000 kronor (kammarrättens mål nr 343-04).

Bygglov

TV4, 2018-08-21

Beslut 18/02803

I programmet byggde programledarna om ett kök hos en familj. En kökstillverkarens varumärke syntes vid flera tillfällen på bland annat t-shirtar som bars av köksmontörer, emballage och en skyddsmatta. I samband med att en person berättade om en köksfläkt för en av programledarna omnämndes fläkten och dess funktioner i positiva ordalag och ett varumärke syntes på personens tröja. I övrigt exponerades flera varumärken kort på bland annat en markis, färgburkar och förpackningar.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av kökstillverkaren genom att företagets varumärke vid flera tillfällen exponerades. Sekvenserna då varumärket var i fokus och syntes tydligt i bild var dock få och korta. Enligt nämndens mening framhölls inte varumärket på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden ansåg vidare att det uppkom ett visst gynnande av köksfläkten genom de positiva beskrivningarna av fläkten som förekom i programmet och genom att varumärket syntes på en tröja vid ett tillfälle. Gynnandet gick dock inte utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset. Inte heller övriga varumärken som syntes i programmet exponerades i sådan omfattning att det uppkom ett otillbörligt gynnande.

Stora maskiner (Bolibompa)

SVT Barnkanalen, 2016-11-16

Beslut 16/03185

Inslaget handlade om en grävmaskin och började med att ett barn satt på golvet och lekte med en grävmaskin i plast. Sedan visades bilder från ett grustag där en riktig grävmaskin grävde och lastade upp sand och sten på en dumper. På grävmaskinen och dumpern stod namnet på tillverkaren av fordonen. Inslaget, som var fem minuter långt, kommenterades av en barnröst som reagerade på och berättade om det som syntes i bild. Grävmaskinen och dumpern var i bild i knappt fyra minuter under vilka tillverkarens varumärke exponerades åtskilliga gånger, både i översikts- och närbilder.

Granskningsnämnden konstaterade att logotypen för det aktuella företaget syntes tydligt i bild vid flera tillfällen under inslaget. Nämnden ansåg att det därigenom uppkom ett gynnande av företaget. Enligt nämndens mening bör programföretagen iakttäta stor försiktighet när det gäller kommersiella budskap i program som riktar sig till barn. Nämnden beaktade emellertid att inslaget handlade om de båda fordonen och att det inte förekom någon fokusering på

tillverkaren eller några köpuppsmaningar. Nämnden ansåg att gynnan­det vägdes upp av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Hela norska presskonferensen inför längdpremiären

SVT Play, 2016-11-16

Beslut 16/03182

Programmet bestod till stora delar av en direktsänd presskonferens från Norge där representanter för det norska skidförbundet bland annat diskuterade dopningsfrågor. Utsändningarna från presskonferensen varvades med direktsända bilder på och kommentarer från SVT:s programledare och expertkommentator som befann sig i en studio i Sverige. Under de delar av programmet som bestod av utsändningar från den norska presskonferensen syntes vissa produkter, varumärken och logotyper på deltagarnas kläder, en sponsringsvägg, presentationsbilder på en projektorskärm och på ett bord. Varumärkena och logotyperna exponerades i olika omfattning under programmets gång.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnan­de av de produkter, varumärken och logotyper som exponerades i inslagen från den direktsända norska presskonferensen. Med beaktande av att det var fråga om en utsändning via en tv-signal från Norge och att SVT uppgett att bolaget inte kunde påverka utformningen av presskonferensen ansåg nämnden att det gynnan­de som uppkom inte medförde att inslagen stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnan­de.

FRIAT

Motor: STCC/RallyX Nordic

SVT1, 2016-09-24

Beslut 16/02538

Sändningen bestod av två motorsporttävlingar. Under stora delar av sändningen syntes två logotyper för STCC respektive RallyX Nordic som var namnen på tävlingarna. Logotyperna var infogade i bilden som vattenstämplar.

Granskningsnämnden ansåg att det gynnan­de som kunde ha uppkommit genom exponeringen av de två logotyperna för tävlingarna var motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Melodifestivalen

SVT1, 2016-02-20

Beslut 16/00551

I samband med presentationen av ett av tävlingsbidragen omnämndes en restaurang i Norrköping, som programledarna hade besökt.

Granskningsnämnden ansåg att det genom omnämmandet av den aktuella restaurangen uppkom ett gynnande av restaurangen. Mot bakgrund av att omnämmandet i direktsändningen var kort och att det inte i övrigt förekom någon fokusering på restaurangen ansåg nämnden att gynnandet inte framstod som otillbörligt.

Eurovision Song Contest: Semifinal 1 och Semifinal 2

SVT1, 2015-05-19 och 05-21

Beslut 15/01355

Sändningarna var två av totalt tre delar av musiktävlingen *Eurovision Song Contest* som direktsändes från Wien i Österrike. Sändningarna utgjorde två semifinaler i tävlingen. Under sändningarna syntes på ett bord CD-skivor och DVD-filmer som innehöll material från den aktuella tävlingen. Produkterna syntes i cirka 40 respektive 25 sekunder under sändningarna. Vidare visades i slutet av de båda sändningarna en elektronisk skylt i nedre delen av bilden. På skylten visades ett antal logotyper för olika företag. Skylten var synlig i 11 sekunder respektive 1 sekund under sändningarna.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de CD-skivor och DVD-filmer som visades upp i sändningarna samt de logotyper som förekom i de elektroniska skyltarna i slutet av programmen. Enligt nämndens mening måste det även i sändningar som programföretaget inte kunnat påverka utformningen av finnas en gräns för hur mycket produkt- och varumärkesexponering som kan tillåtas. Nämnden ansåg dock inte att exponeringen av produkterna och logotyperna i de nu aktuella sändningarna gick utöver vad som kunde godtas.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 1.7. Elektroniska företagsskyltar.

Djurskyddarna

TV4, 2015-01-08 m.fl.

Beslut 15/00094 m.fl.

Djurskyddarna var en programserie i sex avsnitt där tittarna fick följa medarbetare på företaget Djurambulansen i Skåne AB. I det första programmet berättade grundaren till bolaget bland annat om sina anläggningar och bolagets utryckningsfordon.

I programserien visades texten "Djurambulans" på medarbetarnas kläder och utryckningsfordon. På fordonen syntes även olika telefonnummer samt en webbadress. I intervjuer med medarbetare på bolaget framgick i text att de jobbade för Djurambulansen i Skåne. Även ett emblem på medarbetarnas kläder med texten "Djurambulans Skåne" zoomades ibland in. Flertalet av intervjuerna skedde med ett utryckningsfordon med texten "Djurambulans" exponerad i bakgrunden.

Granskningsnämnden ansåg att det uppstod ett gynnande av bolaget genom bolagets medverkan i programserien. Nämnden konstaterade att en viss exponering av bolagets telefonnummer och webbadress skett genom att de varit tryckta på utryckningsfordonen. Nämnden konstaterade dock att det i övrigt inte exponerades logotyper eller text som varit särskiljande för det aktuella företaget.

Mot bakgrund av att programmen främst skildrade den djurskyddsverksamhet som utfördes på uppdrag av polis och länsstyrelse samt att det finns ett stort informations- och underhållningsintresse i att skildra den aktuella verksamheten ansåg nämnden att det gynnande som uppkom var motiverat. Programmen stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Stjärnor hos Babben

SVT1, 2014-03-14

Beslut 14/01238

I programmet *Stjärnor hos Babben* spelade en medverkande artist bordshockey mot en annan programdeltagare. Inslaget varade cirka en minut. Varumärket på hockeyspelet hade täckts över och reklammärket i spelets mittcirkel hade ersatts med programmets logotyp. Resterande reklam på hockeyspelet för ett flertal olika varumärken syntes i inslaget.

Granskningsnämnden ansåg att ett visst gynnande av de varumärken som visades på bordshockeyspelet uppkom i inslaget. Nämnden ansåg dock att det uppvägdes av ett tillräckligt underhållningsintresse.

Drottningoffret

SVT, 2010-12-27

Beslut 11/00467

Drottningoffret var ett avsnitt i en serie om kvinnor och makt i politikens toppskikt. Programmet inleddes med en scen där Sveriges socialdemokratiska oppositionsledare var på minnesutredning. Hon fick diagnosen begynnande demens av Alzheimerkaraktär. Läkaren sa att ”med bromsmediciner kan personer med din intellektuella kapacitet ofta kompensera det som har gått förlorat, i alla fall ett tag”. Läkaren tog fram en läkemedelsförpackning. Namnet på läkemedlet syntes därefter i cirka två sekunder när förpackningen låg på läkarens skrivbord. Granskningsnämnden ansåg inte att inslaget innebar ett otillbörligt kommersiellt gynnande.

Av handlingarna i ärendet framgick att det var produktionsbolaget som producerat serien som hade lånat en förpackning av det aktuella läkemedlet som rekvisita vid inspelningen av programmet. SVT hade inte tagit emot någon betalning eller liknande ersättning för att exponera läkemedelsförpackningen i programmet. Någon produktplacering enligt radio- och tv-lagens definition hade därför inte ägt rum.

Solsidan

TV4, 2011-02-06 och 03-06

Beslut 11/00368

Den svenska komediserien handlade om de två paren Alex och Anna respektive Fredde och Mickan. I programmen syntes olika produkter. Fredde köpte till exempel en ny hemmabioanläggning och det fördes ett samtal om en tjänst av matkasseleveranser. Även bilar med mera syntes i programmet.

Granskningsnämnden ansåg att den exponering av varor eller tjänster som förekom i de granskade programmen, med hänsyn till programmens handling och karaktär, inte gick utöver vad som var motiverat av ett underhållningsintresse. Nämnden ansåg vidare att det saknades anledning att ifrågasätta TV4 AB:s uppgifter om att det var ett produktionsbolag som producerat programmen, och att TV4 AB inte hade mottagit betalning eller liknande ersättning för att exponera varor eller tjänster i programmen. Mot den bakgrunden konstaterade nämnden att någon produktplacering enligt lagens definition inte hade ägt rum.

Tipslördag

TV4, 2008-06-14

Beslut SB 856/08

Under en match i damallsvenskan visades i samband med intervjuer med spelare i Malmös lag en skylt med logotypen för varumärket LDB i anslutning till namnskytarna. Eftersom laget hette LDB FC Malmö ansåg granskningsnämnden att det inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande att visa skytarna med lagets emblem.

Dr Phil

TV4 Plus, 2006-03-14

Beslut SB 688/06

I ett inslag i *Dr Phil* fick olika personer hjälp att uppfylla sina nyårslöften. Till en person som hade svårt att gå upp på morgonen gav han en apparat som skulle väcka henne när hon sov som lättast. Han sa att produkten var revolutionerande och ”cool” och alla i publiken fick varsitt exemplar. Produkten visades i bild i cirka tio sekunder. I ett annat inslag visades en bok vars författare deltog i programmet och organiserade en persons hem. Dr Phil uppmanade tittarna att ”skaffa” boken och gav den även till publiken.

Enligt granskningsnämnden uppkom ett visst gynnande av den första produkten, men exponeringen var inte så framträdande att gynnandet blev otillbörligt. Det gynnande av boken som uppkom uppvägdades enligt nämnden av ett tillräckligt stort informations och underhållningsintresse.

3.9. VINSTPRESENTATIONER

Enligt gällande praxis har omnämnande av företagsnamn och varumärken eller förekomst av varumärken i bild vid vinstpresentationer ansetts innebära ett otillbörligt gynnande (se till exempel beslut 13/00439 och 440 i avsnitt 3.6.). Granskningsnämnden har ansett att det visserligen finns ett intresse av att i ett tävlingsprogram tala om att vinsten utgörs av till exempel mat, en resa eller en tv. Något tillräckligt starkt informations- eller underhållningsintresse som motiverar att det därutöver ges uppgift om varumärke eller från vilket företag vinsten kommer har som regel inte ansetts finnas. Då det gäller vinster som består av produkter som förekommer i många olika modeller och prisklasser (bilar, mobiltelefoner etc.) har dock nämnden ansett att ett omnämnande i neutrala ordalag av produktbeteckningen kan accepteras trots att beteckningen innehåller varumärket.

Exponeringen får dock inte heller i sådana fall gå utöver vad som kan anses vara motiverat.

När det gäller vinstpresentationer i radio har nämnden godtagit att det i samband med själva tävlingen någon enstaka gång och i neutrala ordalag omnämns vad vinsten består av och vilket företag den kommer från.

FÄLLT

The Voice 105,9 Stockholm

2009-12-02

Beslut 10/00121

I sändningarna förekom en tävling där lyssnare kunde ringa in och vinna en skönhetsbehandling med massage. Programledarna nämnde vid ett flertal tillfällen under sammanlagt fem sändningstimmar att behandlingen skulle äga rum i köpcentret Forum Nacka och det nämndes också att priserna till tävlingen kom därifrån.

Granskningsnämnden ansåg att de upprepade omnämningarna av köpcentret innebar att det framhövdes på ett otillbörligt sätt och att detta inte uppvägdes av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.

> Se även beslut 13/00439 och 440 angående tävlingen Jackpot Joy i Mix Megapol, som refereras i avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.

FÄLLT

Radio Vallentuna

2007-10-17

Beslut SB 175/08

Vid ett tillfälle sa en av programledarna följande.

Vi ska tävla i vårt Abba-quiz nu. Du som lyssnar, nu har du chansen att vinna de här biljetterna. Det handlar om The Original Abba Orchestra Christmas Edition och galabiljetter till detta. Några utav Sveriges stora artister är med och sjunger Abba-låtar. Det är [--] och några fler. Blev alldeles andfådd där. Två biljetter kan man alltså vinna, det här är på Globen mina vänner. Dessutom ingår en fantastisk galasupé i det här, i julens tecken då, det är ju lite julmat så klart.

Vid ett annat tillfälle sades följande.

Nu ger V97 dig en unik chans att vinna två exklusiva galabiljetter och julmiddag. Abba Orchestra Christmas Edition. En storslagen julshow i Globen Annexet i december. Missa inte Abba-quiz.

Granskningsnämnden konstaterade att det evenemang som lyssnarna kunde vinna biljetter till i tävlingen Abba-quiz presenterades i positiva ordalag vid två tillfällen. Nämnden ansåg att omnämningarna gick utöver vad som kan accepteras inom ramen för en vinstpresentation och att bestämmelsen om otillbörligt gynnande därmed överträtts.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 3.4. Evenemangstips och 3.11. Hänvisning till webbplatser och sociala medieplattformar.

FÄLLT

Morgon i P5

P5 Radio Stockholm, 2006-09-29

Beslut SB 74/07

Inslaget var en lyssnartävling som pågick under två sändningstimmar. Tävlingen var uppdelad i tre moment där lyssnare skulle veta svaren på olika frågor om P5 Radio Stockholm. Priset var biljetter till en hästshow som skulle hållas i Stockholm. Sammanlagt nämndes namnet på hästshowen tio gånger och vid flera tillfällen beskrevs den som ”spektakulär”.

Granskningsnämnden ansåg att de upprepade omnämningarna i kombination med de positiva omdömena av hästshowen medförde ett gynnande som inte motiverades av ett tillräckligt starkt informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslög SR:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 3364-08).

FÄLLT

Bingolotto

TV4, 2006-03-19

Beslut SB 689/06

I programmet visades 30–40 sekunder långa filmer med vinstpresentationer av tre bilar och en motorcykel. I filmerna visades hur de olika bilmodellerna körde på en väg och motorcykeln visades mot en vit bakgrund. En text med modellbeteckningen visades i nedre delen av bilden. Samtidigt som filmerna visades sa

programledaren bland annat ”kanonkombo för miljön”, ”mycket pengar, mycket bil är det” och ”Sveriges populäraste bil.”

Enligt granskningsnämnden innebar de långa filmerna en sådan omfattande exponering av fordonsmodellerna att det gick utöver informations och underhållningsintresset. Programledarens beskrivning av vinsterna innehöll också flera värderande omdömen som förstärkte det uppkomna gynnandet. Nämnden fann därför att bestämmelsen om otillbörligt gynnande hade överträtts.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 150 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 26403-06).

FRIAT

FÄLLT

Tillsammans för världens barn

SVT1, 2012-10-12

Beslut 13/00162

Programmet innehöll bland annat inslag där tittare kunde ringa in och skänka pengar och samtidigt vara med i utlottningen av två bilar. Vinsterna presenterades av Bosse Bildoktorn i fem olika inslag som var cirka 30–40 sekunder långa. Tre gånger under kvällen rullade en textremsa under en till två minuter i den nedre delen av bilden med namnen på de som donerade 50 000 kronor eller mer. Programledaren informerade om detta i början av programmet.

Granskningsnämnden ansåg att presentatörens beskrivning av bilvinsterna innehöll flera värderande omdömen som gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Nämnden fann att programmet därmed stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Nämnden ansåg med viss tvekan att det fick anses föreligga ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse som uppvägdde det gynnande som uppkom genom den rullande textremsan. Nämnden beaktade att informationen var kort och neutralt utformad.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 19643-13).

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01458

Under sändningen genomfördes lyssnartävlingen *Slå en 08 klockan 8* där det nämdes att vinsten var 300 kronor från internetcasinot Vera och John. Granskningsnämnden ansåg att programledarens omnämnande av Vera och John och pengarna man kunde vinna därifrån visserligen innebar ett gynnande av företaget, men att det var motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.1.1. Största tillåtna annonsvolym, 1.3. Utformning av annonssignatur, 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m., 2.3.1. Början och slutet på ett program, 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden och 3.3.4. Skivor.*

P4 Extra med Lotta Bromé

SR P4, 2014-02-17

Beslut 13/02305

Det två timmar långa programmet innehöll förutom nyheter och intervjuer med olika artister även inslag där lyssnare kunde ringa in och skänka pengar till *P4 Extras* insamling till Radiohjälpens välgörenhetskampanj ”Tillsammans för världens barn”. Lyssnarna som ringde in var samtidigt med i utlottningen av tre olika priser, däribland en fotbollsresa till Paris. De olika vinsterna presenterades löpande i programmet. Vid fyra tillfällen nämnde programledaren arrangören av fotbollsresan vid namn. Vid två av tillfällena lade programledaren även till att företaget var ”specialister på fotbollsresor”.

Granskningsnämnden ansåg att omnämningarna av researrangören vid namn och som specialister på fotbollsresor visserligen innebar ett gynnande av företaget men att det mot bakgrund av vad SR anfört i sitt yttrande fick anses motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Tillsammans för världens barn

SVT1, 2013-10-11

Beslut 13/02280, 2278 och 2258

Programmet innehöll bland annat inslag där tittare kunde ringa in och skänka pengar och samtidigt vara med i utlottningen av antingen två bilar eller ett

paketpris som bestod av en biljett till Nobelmiddagen och en klänning från en viss kläddesigner. Bilvinsterna presenterades av bilentusiasten NN i flera olika inslag där hon kort beskrev bilarnas funktioner. Vinsten som bestod av en biljett till Nobelmiddagen och en klänning presenterades av programledaren och den aktuella kläddesignern. Två gånger under kvällen rullade en textremsa i den nedre delen av bilden under en till två minuter med namnen på de företag och organisationer som hade donerat 50 000 kronor eller mer. Programledaren informerade om detta i början av programmet.

Granskningsnämnden ansåg att presentatörens beskrivning av bilvinsterna var korta och utan värdering och att det gynnande som uppstod motiverades av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Uppvisandet av klänningen stred inte heller mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg vidare att det fick anses föreligga ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse som uppvägs det gynnande som uppkom genom den rullande textremsan. Nämnden beaktade att informationen var kort och neutralt utformad.

FRIAT

Morrnrock

106,3 Rockklassiker Jönköping, 2013-02-07

Beslut 13/00441

Under sändningarna av *Morrnrock* pågick en uppladdning för en tävling som skulle ske dagen efter på T-centralen i Stockholm. Tävligen gick ut på att lyssnare skulle skicka in tips till programledarna på hur de skulle kunna ta sönder ficklampan Varta Indestructible. Vinnaren vann ett presentkort på 10 000 kronor från företaget Clas Ohlson. I sändningarna talade programledarna om ficklampan och tävligen vid två tillfällen. De nämnde ficklampans namn och att vinstpriset var "gale". I sändningarna förekom även ett meddelande vid två tillfällen som informerade om tävligen och vinstpriset. Ficklampans namn nämndes också i meddelandet.

Granskningsnämnden ansåg att det gynnande som uppkom av den aktuella ficklampan motiverades av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Sändningarna stred därför inte i detta avseende mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Enligt nämnden innebar dock det upprepade omnämmandet av det företag som tillhandahöll vinsten och en av programledarnas positiva uttalanden om vinsten ett gynnande som inte var motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att SBS Radio AB skulle betala en särskild avgift om 30 000 kronor för bland annat det otillbörliga gynnandet. Förvaltningsrätten delade dock inte nämndens bedömning att omnämmandet av företaget i meddelandena om den kommande tävligen och av programledaren som uttalade sig i positiva ordalag om vinsten inneburit ett otillbörligt gynnande av företaget. Att vinsten i den tävling som omnämndet

gällde var ett presentkort och att det uppgavs hos vilket företag presentkortet gällde borde enligt förvaltningsrätten ses som en upplysande identifikation snarare än som ett otillåtet kommersiellt gynnande. Det hade inte framkommit att företagets namn framhållits i en utsträckning som kunde anses omotiverad ur ett informationssyfte. Det hade heller inte framkommit några uttalanden om företaget utöver företagets namn. Sändningarna ansågs därmed inte otillbörligt ha gynnat kommersiella intressen och således förelåg inte någon grund för att ta ut en särskild avgift på grund av detta.

> Sändningarna fälldes dock för överträdelse av bestämmelserna om utformning av sponsringsmeddelanden och annonsmängd. Förvaltningsrätten ansåg att SBS Radio AB skulle betala en särskild avgift om 20 000 kronor för överträdelserna. (förvaltningsrättens mål nr 271-14).

FRIAT

Jeopardy

TV4, 2004-08-10

Beslut SB 671/04

En bonusvinst i frågesportprogrammet *Jeopardy* presenterades av en speakerröst.

Ja, den här jättefina brödrosten kan man vinna. Det här är en exklusiv pjäs kan jag lova och rostar bröd som ingen annan brödrost. Breda och långa brödfack, smarta elektroniska värmesensorer och borttagbart maskindisksäkert smultråg. Jag säger då det.

Samtidigt som speakern berättade om vinsten visades en bild på en röd brödrost med 50-talsdesign. Efter programmet sändes eftertexter där det framgick vilka företag vinsterna kom från.

Granskningsnämnden ansåg att den karaktäristiska utformningen av produkten i kombination med de positiva omdömen som speakern lämnade innebar ett gynnande av produkten, särskilt som informationen i eftertexten innebar att det företag som marknadsförde produkten angavs. Nämnden konstaterade dock att inget varumärke eller någon produktbeteckning kunde urskiljas på produkten. Nämnden ansåg därför att den exponering av produkten som förekom inte gick utöver vad som kunde godtas.

FRIAT

Inför Svenska Idrottsgalan

SVT2, 2004-01-10

Beslut SB 537/04

Vid en vinstpresentation uppgavs att ett av priserna var en mobiltelefon. Samtidigt som priset presenterades visades mobiltelefonen i bild under några sekunder.

Granskningsnämnden ansåg att omnämmandet av produktbeteckningen i detta fall fick accepteras trots att beteckningen innehöll varumärket. Exponeringen innebar givetvis ett gynnande, men nämnden ansåg att den inte gick utöver vad som kunde godtas.

3.10. VÄLGÖRENHET

FÄLLT

RIX Morronzoo

92,4 RIX FM Skellefteå, 2005-10-24

Beslut SB 219/06

Programledarna hade under veckan samlat in pengar till Cancerfondens Rosa Bandetkampanj. I det aktuella inslaget hade informationschefen på ett utländskt spelbolag bjudits in till studion. Han berättade bland annat att företaget var ett spelbolag på nätet, att de sysslade med vadslagning och att de hade 600 000 kunder i Europa. Informationschefen berättade också att företaget skulle dubbla det belopp RIX FM siktade på att samla in till Rosa Bandet under veckan om en av programledarna klarade en utmaning.

Granskningsnämnden ansåg att det måste finnas ett visst utrymme att presentera företag som bidrar med pengar till välgörenhetsinsamlingar som arrangeras av det sändande företaget. Nämnden ansåg dock att fokuseringen på spelbolaget och dess verksamhet blev mer långtgående än vad som var motiverat av informations och underhållningsintresset.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att RIX FM skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 8097-06).

FÄLLT

Inslag om Radiohjälpen

SVT1, 2005-08-07

Beslut SB 822/05

I inslaget sades följande.

De flesta av oss har kanske nog av vårt eget. Men visst känns det svårt ibland när man tänker på läget i världen och på dem som har det sämre än man själv. Radiohjälpen har i mer än 50 år samlat in pengar till humanitära ändamål i Sverige och hela världen. Ett sätt att

stödja Radiohjälpen är att köpa postogram. De finns med flera olika motiv ute hos Postens återförsäljare. Tack för din gåva!

Samtidigt visades exempel på postogram i bild. Granskningsnämnden konstaterade att postogram är en kommersiell tjänst som riktar sig till allmänheten och som konkurrerar med andra liknande kommersiella tjänster. Nämnden ansåg att inslagets utformning innebar ett otillbörligt gynnande av Postens postogram. Nämnden ansåg inte att det fanns skäl att ansöka om en särskild avgift.

FÄLLT

Radio Sölvesborg

2003-03-13

Beslut SB 326/03

I inslaget *Arrangemangstips* i Radio Sölvesborg sades bland annat följande.

I dag har vi två secondhandbutiker som är öppna i Sölvesborg. Det är Kupan, Röda Korsets secondhandbutik på Järnvägsgatan, som i dag har öppet mellan kl. 10 och 18, och sen är det Erikshjälpen i före detta boktryckeriet som har öppet mellan 10 och 16.

Granskningsnämnden konstaterade att Röda Korset och Erikshjälpen bedrev försäljningsverksamhet som riktade sig till allmänheten. Hjälporganisationerna bedrev således en form av affärsverksamhet i konkurrens med framförallt andra secondhandbutiker. Enligt nämnden uppkom det genom omnämningarna av secondhandbutikerna ett otillbörligt gynnande.

FRIAT

P4 Extra

SR P4, 2016-10-06

Beslut 16/02661

Programmet bestod bland annat av en insamling till förmån till Världens barn. Lyssnarna uppmanades att ringa ett särskilt telefonnummer för att skänka pengar samt att gå in på en auktionssida på webben för att buda på en känd artists ägodelar. Artisten skänkte ägodelarna live i programmet och pengarna de inbringade skulle sedan skänkas till insamlingen. Auktionssidan nämndes totalt tio gånger under programmet.

Granskningsnämnden ansåg att omnämningarna av auktionssidan visserligen innebar ett gynnande av kommersiella intressen men att det fick anses motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Musikhjälpen

SR P3, 2010-12-17

Beslut 10/01455

Musikhjälpen var ett direktsänt program som sändes dygnet runt i flera dagar. Syftet med programmet var att samla in pengar till välgörande ändamål. I det aktuella inslaget medverkade en representant för ett företag som hade skänkt te som såldes utanför studion. Företrädaren berättade hur mycket pengar försäljningen hade genererat till insamlingen, samt överlämnade en check på 30 000 kronor. Under inslaget lanserade han också en idé om hur företag kunde samarbeta för att ta tillvara mat med passerat bäst före-datum. Sammanlagt nämndes företagets namn fem gånger under inslaget.

Granskningsnämnden konstaterade att det enligt praxis måste finnas ett visst utrymme att presentera företag som bidrar med pengar till välgörenhetsinsamlingar som arrangeras av det sändande företaget. Enligt nämnden gick det att diskutera om inte den fokusering på företaget som uppstod i inslaget var väl omfattande. Mot bakgrund av programmets karaktär och det förhållandet att intervjun med företrädaren för företaget var direktsänd ansåg nämnden dock vid en sammantagen bedömning att fokuseringen inte gick utöver vad som kunde accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset.

Postkodmiljonären

TV4, 2005-12-16 och 12-17

Beslut SB 709/06

I TV4:s frågesportprogram *Postkodmiljonären* visades inslag om vinsterna i och överskottet av det så kallade Svenska Postkodlotteriet. Under dessa inslag visades elektroniska skyltar med lotteriets logotyp i bild och programledaren uttalade sig i positiva ordalag om deltagandet i lotteriet. Granskningsnämnden prövade om inslagen överensstämde med bestämmelserna om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen och med annonsreglerna i radio och tv-lagen.

Bestämmelsen om otillbörligt gynnande är endast tillämplig om det är fråga om ett gynnande av en kommersiell verksamhet. Eftersom Svenska Postkodlotteriet anordnas av en ideell förening och överskottet går till de tre insamlingsorganisationer som står bakom föreningen fann nämnden att den exponering av lotteriet som förekom i programmet inte utgjorde något gynnande av kommersiell verksamhet.

När det gällde de elektroniska skyltarna med Svenska Postkodlotteriets logotyp beaktade nämnden att det var ett redaktionellt beslut från TV4:s sida att infoga

logotypen i inslagen. Skyltarna kunde därmed inte betraktas som annonser i radio och tv-lagens mening.

> *Nämnden har senare prövat samma frågeställning i beslut 17/03095 och 3102 gällande frågesportprogrammet Drömpyramiden, med koppling till Svenska Postkodlotteriet. Nämnden konstaterade att bestämmelsen om otillbörligt gynnande alltså blir tillämplig endast om det är fråga om ett gynnande av en kommersiell verksamhet. Nämnden fann att den exponering som förekom av Svenska Postkodlotteriet inte utgjorde något gynnande av kommersiell verksamhet. Detta eftersom Svenska Postkodlotteriet, nu liksom vid tidigare beslut, anordnades av Svenska Postkodföreningen som är en sådan ideell förening som avses i huvudregeln om tillstånd till anordnare av lotterier enligt lotterilagen och överskottet går till olika ideella organisationer.*

3.11. HÄNVISNING TILL WEBBPLATSER OCH SOCIALA MEDIPLATTFORMAR

FÄLLT

SVT Nyheter Stockholm

SVT1, 2015-12-30

Beslut 16/00029

Granskningsnämnden konstaterade, utifrån vad SVT uppgett i sitt yttrande, att det aktuella inslaget främst utgjorde en informationsfilm till allmänheten med upplysningar om olika kontaktvägar till *SVT Nyheter Stockholm* på sociala medieplattformar. I linje med nämndens bedömning i tidigare ärenden fick denna information betraktas som ett redaktionellt innehåll, snarare än reklam för den egna programverksamheten. Inslaget utgjorde därmed inte en annons enligt radio- och tv-lagens definition och stred därför inte mot bestämmelsen i 8 kap. 4 § radio- och tv-lagen om att sändningar av nyhetsprogram endast får avbrytas av annonsering en gång varje tablålagd period på minst trettio minuter.

Nämnden konstaterade vidare att det måste, i enlighet med vad som har uttalats i tidigare avgöranden, vara möjligt för programföretagen att vara aktiva på olika plattformar och sociala nätverkssidor och att även hänvisa till dessa i programverksamheten. Omnämmandet av de olika sociala medieplattformarnas namn i kombination med exponeringen av deras karaktäristiska layouter och uppmaningarna att ”gilla” och ”hänga med ut” till *SVT Nyheter Stockholms* konton gick dock utöver vad som kunde accepteras med hänvisning till informations- och underhållningsintresset. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avtog SVT:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 3564-17).

Information om Facebook

Kanal Global, 2011-09-05

Beslut 11/02754

Efter sändningen av en långfilm visades ett inslag med information om Kanal Globals sida på Facebook. Granskningsnämnden ansåg att den tydliga instruktionen i så väl ljud och bild om hur man hittade kanalens sida på Facebook och uppmaningen att trycka på ”gilla-knappen” gick utöver vad som kunde accepteras med hänvisning till informations- och underhållningsintresset. Inslaget innebar därför ett otillbörligt kommersiellt gynnande.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.9.2. Reklam för egen programverksamhet m.m.*

Ring så spelar vi och Förmiddag

SR P4, 2010-03-27 och Sveriges Radio P4 Kristianstad, 2010-04-21

Beslut 10/00018

Ring så spelar vi

Under programmet hänvisade programledaren två gånger till programmets Facebook-grupp och uppmanade lyssnarna att gå med.

Om du går med i vår Facebook-klubb, alltså Ring så spelar vi-klubben på Facebook så ser du att dialogen den rullar vilt, där snackas det, där har man kul. Gå gärna med och bli medlem du också så du kan få ett ord med i laget. [---] Facebook! Glöm inte vår klubb där. Sök på Ring så spelar vi och bli medlem du också så kan du vara med och tjattra och få en massa rolig information.

Förmiddag

Inslagen bestod av upplysningar om en tävling där programledaren uppmanade lyssnarna att gå in på Facebook och gå med i en grupp för fans till *Förmiddag* med målet att gruppen skulle nå upp till 1 000 medlemmar. För att delta i tävlingen skulle lyssnarna gissa vilket datum som gruppen nådde målet samt uppmana sina vänner på Facebook att gå med i gruppen.

Genom de upprepade uppmaningarna att gå med i programmets Facebook-grupper uppstod ett gynnande som gick utöver vad som kunde accepteras med hänvisning till informations- och underhållningsintresset.

Mot bakgrund av att granskningsnämnden inte tidigare hade prövat om hänvisningar till sociala nätverkssidor som Facebook kan innebära ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen fann nämnden inte skäl att ansöka om påförande av särskild avgift för överträdelsen.

FÄLLT

Radio Vallentuna

2007-09-26 och 10-17

Beslut SB 175/08

I närradiostationen Radio Vallentunas sändningar förekom nyhetssändningar från TV4 och vars ljudvinjett var identisk med den för TV4:s egna nyheter. I början av programmet sa nyhetspresentatören ”Det här är *TV4Nyheter*” och hon avslutade med att säga ”Senaste nytt hittar du på tv4nyheterna.se”.

Granskningsnämnden ansåg att det i och för sig måste vara möjligt och att det också var lämpligt att med en källhänvisning ange vem som står bakom en nyhetssändning. Nämnden ansåg dock att det genom hänvisningen till TV4:s webbplats och ljudvinjetten uppkom ett gynnande av TV4 som gick utöver vad som var motiverat av ett informationsintresse. Inslagen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Tre ledamöter var skiljaktiga och ville fria inslagen.

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 3.4. Evenemangstips och 3.9. Vinstpresentationer.*

> *Liknande nyhetssändningar som avslutades med en hänvisning till TV4:s webb-tv-kanal nyhetskanalen.se har också fällts av nämnden (SB 174/09 m.fl.).*

FÄLLT

Köpa hem

TV4 Plus, 2003-03-18

Beslut SB 492/03

I programmet presenterades bostäder som vid sändningstillfället var till salu via fastighetsmäklare. Bostäderna beskrevs genomgående i mycket positiva ordalag och man gjorde hänvisningar till programmets webbplats där det fanns länkar till mäklarnas annonser för respektive objekt och direktlänkar till mäklarnas hemsidor.

Enligt granskningsnämndens mening framstod programmet närmast som ett led i marknadsföringen av de bostäder som skulle säljas. Nämnden ansåg att det innebar ett gynnande av de aktuella mäklarna som vida översteg vad som kunde motiveras av något informations eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 24428-03).

FRIAT

FÄLLT

U21-EM och FIFA Dam-VM 2015

TV12, TV4 och TV4 Sport, 2015-06-20, 06-27, 06-30 och 07-05

Beslut 15/01778 och 1779

Sändningarna bestod av direktsända fotbollsmatcher och studiosamtal före, under och efter matcherna. Tittarna kunde interagera med programledarna genom att sända in bilder, synpunkter och kommentarer via sociala medier. I tre av sändningarna förekom en stor bildskärm med ett antal fält. I några av fälten stod bland annat "Redaktionen", "Twitter" och "Instagram". I övriga fält fanns bilder och texter som lagts upp av tittare på de aktuella medieplattformarna samt en direktlänk med en person på "redaktionen". Tittarna uppmanades via text på bildskärmen att vara med och diskutera på Twitter och att skicka in bilder på Instagram genom att använda hashtagarna #EMSOFFAN och #VMSOFFAN. Under sändningarna uppmanade programledaren vid ett flertal tillfällen tittarna att bland annat "hänga med på" och "höra av sig" genom hashtagarna.

Granskningsnämnden ansåg att texten med varumärkena Instagram, Twitter och Skype, de upprepade hänvisningarna till Instagram och Twitter samt uppmaningarna i text att "Skicka in dina bilder!" och "Var med och diskutera på Twitter [...]" medförde ett gynnande av de aktuella plattformarna som fick anses motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Sändningarna stred därmed inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i dessa delar.

I sändningen den 5 juli kunde tittarna tävla om en signerad landslagströja från det svenska landslaget via sociala medier. Vid fem tillfällen visades en svartvit virtuellt infogad skylt som upptog cirka en tredjedel av bildrutan. I skyltens nedre vänstra hörn visades logotypen för Twitter, en blå fågel. Exponeringen av denna logotyp gick utöver vad som kunde motiveras med hänvisning till informations- och underhållningsintresset. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 100 000 kronor, varav 50 000 kronor avsåg det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avsåg TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (högsta förvaltningsdomstolens mål nr 507-18).

>> Beslutet refereras även i avsnitt 2.3.1. Början och slutet på ett program.

105,5 RIX FM Stockholm

2017-05-26

Beslut 17/01458

>> Beslutet refereras i denna del i avsnitt 3.3.4. Skivor.

Svensk Pop 101,9

2017-05-26

Beslut 17/01457

Under sändningarna sa programledaren bland annat att två artister skulle ha var sin konsert. Programledaren nämnde även vilken dag och var konserterna skulle vara samt sa "För dig som är där då i närheten, gå dit, jag skulle gjort det om jag var du" och "Så alla som är i Göteborg, gå dit och se [---] för det kommer vara riktigt, riktigt värt det". Under sändningarna nämnde programledaren även Instagram och Facebook vid flera tillfällen. Programledaren sa då bland annat att lyssnarna skulle gå in och gilla Svensk Pops Facebook-sida då de var nära att ha 3 300 "gilla"-markeringar.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de nämnda artisterna och deras konserter, turnéer, album och låtar samt av Instagram och Facebook men att gynnandet fick anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Tre ledamöter var skiljaktiga i fråga om omnämmandet av Facebook och ansåg att de upprepade uppmaningarna att "gilla" Svensk Pops sida gick utöver vad som kunde motiveras av ett informations- eller underhållningsintresse.

Längdskidor: Världscupen

SVT1, 2017-01-06

Beslut 17/00551

Sändningen, som var en direktsändning från herrarnas femte etapp i Tour de ski, innehöll flera olika elektroniska skyltar. I samband med att vissa seedade åkare startade visades logotypen för Twitter och/eller Instagram i anslutning till åkarnas namn, meriter och konton på sociala medier. Logotypen visades cirka 4–5 sekunder vid varje tillfälle.

Granskningsnämnden ansåg att det fanns ett informationsintresse av att i sändningen hänvisa till de seedade åkarnas konton i sociala medier. Logotyperna för

Twitter och Instagram som visades var dessutom små och förekom i bild under en relativt kort tid. Mot bakgrund av detta ansåg nämnden att hänvisningen till kontona på sociala medier och exponeringen av logotyperna var motiverad av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

>> Beslutet refereras även i avsnitt 1.7. Elektroniska företagsskyltar.

FRIAT

Lur i P4

SR P4 Malmöhus, 2012-08-15

Beslut 12/01621

Programledaren hänvisade till Facebook vid flera tillfällen i programmet. Hon spelade musik som lyssnarna önskade och pratade med personer som ringde in. Lyssnarna kunde önska musik genom att ringa in, mejla eller gå in på programmet Facebook-sida. På programmets webbplats kunde lyssnarna svara på dagens webbfråga. På Facebook kunde lyssnarna också föreslå låtar till en bild och kommentera vad de såg mest fram emot med Malmöfestivalen.

Granskningsnämnden konstaterade att programmet byggde på publikkontakt och att Facebook omnämndes som en av flera möjliga vägar att kommunicera med redaktionen. De upprepade uppmaningarna att kommunicera med programmet genom Facebook-sidan medförde visserligen ett visst gynnande av Facebook, men enligt nämndens mening fick det anses motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Nordegren i P1

SR P1, 2009-09-17

Beslut SB 115/10

I inledningen av programmet samtalande programledaren med bisittaren X, medarbetare på SR:s kulturredaktion, om en händelse som ägt rum på MTV-galan. Bland annat sades följande.

(Pgl) – Sen hade MTV sin årliga prisutdelning tidigare i veckan. Ehhh... den tittar väl inte du på? (X) – Nej, men jag tycker MTV har blivit sämre. När jag var ung då såg jag mycket på MTV för då hade de fortfarande mycket musikvideos. Nu har de mycket dåliga program. Alltså MTV har förfallit lite. Det är bättre att satsa på Spotify om man vill lyssna på ny musik. (Pgl) – Mmm, kanske det... (X) – Lyssnar du, har du Spotify hemma? (Pgl) – Nej, det har jag inte. (X) – Det är jättebra alltså. Du kommer bli... du kan hitta din opera där

också, allt finns, helt otroligt. (Pgl) – Jag vet inte, det finns väl flera sådana där musik, men det där är gratis va, men det finns flera... (X) – Gratis och lagligt. (Pgl) – Ja. (X) – Det är jättebra. (Pgl) – För hur är det, man får lyssna på reklam ibland om man inte betalar pengar? (X) – Ja, men sen, om du betalar lite så slipper du reklamen så att... ja. (Pgl) – Det finns fler sådana sajter att ladda ner musik på måste vi säga också då.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av den aktuella musiktjänsten genom bisittarens positiva omdömen. Lämpligheten i hennes agerande kunde enligt nämnden diskuteras. De aktuella omdömena – sedda i sitt sammanhang – medförde dock inte att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

Ring P1

SR P1, 2009-07-17

Beslut SB 884/09

I slutet av programmet presenterade programledaren de som hade arbetat med sändningen och hänvisade avslutningsvis till sin privata webbplats.

Granskningsnämnden konstaterade att programledaren nämnde adressen till sin webbplats, där det bland annat gick att köpa hans senaste bok. Enligt nämnden uppkom det genom programledarens hänvisning ett visst gynnande av hans ekonomiska intressen och nämnden ansåg att lämpligheten i programledarens agerande kunde diskuteras. Med hänsyn till att det utöver den korta hänvisningen inte förekom någon ytterligare fokusering på webbplatsen eller dess innehåll i programmet ansåg dock nämnden, med viss tvekan, att det uppkomna gynnandet inte var otillbörligt.

FRIAT

Programpresentation m.m.

TV4, 2008-12-14

Beslut SB 480/09

Efter programmet *Parlamentet* sa programpresentatören följande.

Om man går in på matsajten recept.nu och söker på någon speciell läckerhet som man vill prova på i köket så lovar jag att ni kommer att hitta en uppsjö av idéer. Jag sökte just nyss på äpplen och fick tips på äppelchutney, äppelbaguette, varm äppeldrink, ja listan var faktiskt hur lång som helst. Julmatskalas i recept.nu alltså. Nu ska vi fortsätta söndagskvällen här i TV4 med att bege oss till Ystad och ännu ett fall för Wallander.

Samtidigt som programpresentatören talade visades texten ”massor av ljuvlig julmat hittar du på recept.nu” i bild.

Enligt granskningsnämnden var hänvisningen till programföretagets egen webbplats av allmän karaktär och någon koppling till webbplatsens annonsörer gjordes inte. Mot denna bakgrund ansåg nämnden att inslaget inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

Äntligen hemma

TV4, 2004-09-28 och 10-05

Beslut SB 94/05

Äntligen hemma var ett program med bygg och inredningstips. I de granskade avsnitten förekom vid några tillfällen skyltar med hänvisningar till programmets hemsida. På hemsidan fanns bland annat en förteckning över inköpsställen för de bygg- och inredningsprodukter som använts i samtliga program under året.

Enligt granskningsnämnden var de hänvisningar som gjordes till programmets hemsida av allmän karaktär och gjorde ingen koppling till den information om inköpsställen som fanns att tillgå på hemsidan. Nämnden ansåg att dessa hänvisningar inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

3.12. REDAKTIONELLT SAMARBETE

FRIAT

Matplan

24 Norrbotten, 2009-09-19

Beslut SB 72/10

Under inlednings- och avslutningsvinjetten för programmet *Matplan* syntes i nedre högra hörnet logotypen för Norrländska Socialdemokraten, NSD. Reportern i programmet presenterades som ”reporter NSD”. Under programmet visades även en skylt med texten ”recept finns på nsd.se/helgbilagan” under cirka fem sekunder.

Utredningen i ärendet visade att det förelåg ett redaktionellt samarbete mellan Norrbottens Media AB (tillståndshavare för programtjänsten 24 Norrbotten) och dess dotterbolag Tryckeriaktiebolaget Norrländska Socialdemokraten (utgivare av NSD) samt att programmet *Matplan*, som sändes både i 24 Norrbotten och som webb-tv på NSD:s webbplats, var ett resultat av detta samarbete. Enligt granskningsnämndens mening var de hänvisningar till NSD som förekom i

programmet inte mer omfattande än vad som kunde vara motiverat vid ett samarbete av aktuellt slag. Nämnden ansåg därför inte att exponeringen innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

FRIAT

La Liga

TV4 Sport, 2007-10-17

Beslut SB 281/08

Sändningen bestod till största delen av en fotbollsmatch i den spanska ligan. Under cirka 1,5 minut i början av varje timme visades en textremsa med sportnyheter i bildens nedre del. Remsan startade med SportExpressens logotyp.

TV4 AB uppgav i yttrande att det var Expressen som bevakade, samlade in och sammanställde de sportnyheter som förekom i sändningen. Expressen var också delägare i TV4 Sport och representerat i företagets styrelse.

Granskningsnämnden noterade att den registrerade sändningsbeteckningen för kanalen var "TV4 Sport/SPORTExpressen". Utredningen visade vidare att TV4 Sport och Expressen hade ett redaktionellt samarbete. Mot den bakgrunden kunde den fokusering på Expressen som uppkom genom att SportExpressens logotyp visades under nyhetssändningen inte anses ha otillbörligt gynnat kommersiella intressen.

FRIAT

Morrongänget

Kanal Lokal Göteborg, 2007-04-05

Beslut SB 691/07

Programmet sändes direkt från lokalradiokanalen Mix Megapol Radio Citys studio. I programvinjetten visades Mix Megapol Radio Citys och Kanal Lokals logotyper och under sändningen stod det "Kanal Lokal Direkt" i det övre högra hörnet och "Morrongänget" i det nedre vänstra hörnet. På TV-skärmar i studion varvades texterna: "107,3 Mix Megapol Radio City", "Kanal Lokal Göteborg" och "Morrongänget" var 30:e sekund.

Enligt Kanal Lokal var programmet en samproduktion där Kanal Lokal och Mix Megapol Radio City stod för lika stor del av kostnaden. Granskningsnämnden ansåg att ett programsamarbete av detta slag måste vara tillåtet. Nämnden ansåg vidare att den exponering som skedde av Mix Megapol Radio Citys logotyp inte var mer omfattande än vad som fick accepteras i en samsändning av detta slag. Programmet stred därmed inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

3.13. PROGRAM MED TIDNINGSNAMN

FRIAT

The Economist

K-World, 2001-05-13

Beslut SB 399/01

Granskningsnämnden ansåg i två beslut år 1998 och 1999 att det inte var förenligt med bestämmelsen om otillbörligt gynnande att använda ett tidningsnamn som rubrik på ett tv-program. Besluten gällde programmet *Edge* i ZTV (SB 44/98) och programmet *Financial Times – företag och strategier* i TV8 (SB 127/99). Motsatt bedömning gjordes i ett beslut år 2001 rörande programmet *The Economist* i digital-tv-kanalen K-World. Den aktuella programserien hade producerats av finans-tidningen *The Economist* och såldes enligt K-World över hela Europa under detta namn. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett visst gynnande av tidningen genom att programmet med samma namn visades i tv. När det – som i detta fall – var fråga om ett program inom tidningens specialområde fick detta gynnande dock enligt nämndens mening accepteras.

3.14. GYNNANDE AV INSPELNINGSPLOTS

FÄLLT

Sen Kväll i P5 STHLM Musikliv

SR P5 Stockholm, 2016-05-17

Beslut 16/01448

I programmet besökte programledaren en nattklubb i Stockholm för att intervjua nattklubbsschefen och en dj. Nattklubbsschefen och dj:n berättade bland annat om nattklubbens profil och vision. Programledaren frågade bland annat om vilken betydelse det geografiska läget hade och om nattklubbens försäljningskoncept. Nattklubbens namn nämndes totalt 20 gånger under den två timmar långa sändningen. Vid flera tillfällen uppgavs var nattklubben var belägen.

Granskningsnämnden ansåg att de upprepade omnämningarna av nattklubbens namn och adress, fokuseringen på nattklubbens inriktning och vision och de positiva uttalandena om nattklubben medförde ett gynnande som dessutom förstärktes av programledarens förhållningssätt. Gynnandet gick utöver vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 14456-17).

FÄLLT

Sveriges mästerkock

TV4, 2016-02-10

Beslut 16/01003

Programserien *Sveriges mästerkock* var en matlagningstävling. Det aktuella avsnittet utspelades delvis på ett bryggeri. Under tiden i bryggeriet visades och provsmakades några av bryggeriets olika öl och bryggeriets logotyp förekom på medverkandes kläder och i inspelningsmiljön.

Granskningsnämnden ansåg att inslaget utformats på ett sätt som innebar att det uppkom ett betydande gynnande av bryggeriet. Vid en sammantagen bedömning av förekomsten av bryggeriets namn och logotyp, de framträdande varumärkena på bryggeriföreträdarnas kläder och exponeringen av ölf flaskorna och dess etiketter samt de positiva omdömen som lämnades framstod inslaget närmast som ett led i marknadsföringen av bryggeriet. Programmet var dessutom inspelat under förhållanden som TV4 AB rådde över, vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken och logotyper. Nämnden ansåg att inslaget därmed gick utöver vad som kunde anses vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 3088-17).

FÄLLT

SVT Nyheter Stockholm

SVT1, 2016-03-17

Beslut 16/00827 och 844

Inslaget handlade om att ett nytt seniorgym öppnat på Södermalm i Stockholm. En person som prövade det nya gymmet intervjuades och beskrev gymmet som intressant eftersom det var lugnare och mer anpassat för hennes ålder. Namnet på gymmet nämndes och att lovorden varit många. Därefter redogjorde reportern för på vilket sätt det nya gymmet avvek från hur vanliga traditionella gym brukar se ut. Vidare nämndes att fokus för gymmet låg på små grupper, individuell träning och sociala möjligheter. Reportern beskrev känslan av gymmet som att det var som att ett vardagsrum mötte en gymnasal. Därefter intervjuades den som var utvecklingsansvarig för det nya gymmet. Han förklarade att det inte

handlade om ett renodlat gym, utan att många undrade om centret i själva verket var ett café eller en mötesplats snarare än ett gym. Han sade sig vilja knyta ihop det trevliga med att träna med en möjlighet att träffa nya vänner. Under intervjun syntes tydligt trycket ”activage” på hans t-shirt. Activage fanns också som information i hans elektroniska namnskylt.

Granskningsnämnden ansåg att gynnandet av gymmet och exponeringen av varumärket på t-shirten gick utöver vad som var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 21087-16).

FÄLLT

Carlsson & Co

SR P4 Halland, 2013-09-09

Beslut 13/01996

Inslaget skildrade en kvinna som bytt inriktning i sitt liv genom att flytta från Stockholm till Halland och bland annat börja driva en ekologisk örtodling och ett ekologiskt Bed and Breakfast med sin man. I inslaget fick lyssnarna följa med när reportern besökte kvinnans örtodling och Bed and Breakfast. Kvinnan och reportern berättade med målande ord hur det såg ut på platsen, hur fint boendet var och vilka tjänster som fanns tillgängliga. Kvinnan nämnde flera olika kryddblandningar hon sålde och vid ett tillfälle nämndes även att hon drev en internetbutik. Kvinnans företag omnämndes vid namn vid fem tillfällen.

Enligt granskningsnämnden fanns det betydande informations- och underhållningsintresse i ett inslag som skildrar ett par som har förändrat sina liv och beskriver hur det är att bedriva en ekologisk örtodling och ett ekologiskt Bed and Breakfast. Nämnden ansåg dock att omnämningarna av företagets namn, fokuseringen på företagets tjänster och produkter samt den avslutande informationen om att paret hade en internetbutik medförde ett gynnande. Gynnandet förstärktes av reporterns förhållningssätt. Gynnandet gick utöver vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse och blev därmed otillbörligt.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 4119-14).

FÄLLT

Advokaterna

TV4, 2009-01-26

Beslut SB 397/09

I programmet fick tittarna följa sex advokater och deras arbete med klienter och domstolsförhandlingar. Namnet på byrån som de var verksamma vid visades tydligt på en husfasad vid ett tillfälle och därefter på en kontorsvägg, där det stod skrivet med stora bokstäver. Sekvenserna med advokatfirmans namn uppgick till sammanlagt cirka 1 minut och 50 sekunder.

Redan genom advokaternas medverkan i programmet uppkom ett visst gynnande av såväl de enskilda advokaterna som advokatbyrån. Enligt granskningsnämndens mening motiverades dessa gynnanden av ett tydligt informations och underhållningsintresse. Däremot gick den framträdande exponeringen av byrånamnet utöver vad som var motiverat av informations och underhållningsintresset, och programmet stred därmed mot förbudet mot otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 6841-11).

> Jämför beslut 18/01466 som refereras i avsnitt 3.8.2. Varumärken i inspelningsmiljön.

FÄLLT

Semestersvenskar

TV4, 2009-01-14

Beslut SB 396/09

Dokumentärserien *Semestersvenskar* följde några reseledares arbete i Phuket, Thailand. I programmet berättade de om sina arbetsuppgifter och metoder för att få nöjda kunder. De var klädda i ljusblå skjortor och scarfs eller slipsar, alternativt ljusblå pikétröjor. Flera resenärer medverkade och berättade om sina positiva upplevelser av hotellet, omgivningarna, arrangemangen, maten och landet. Vackra bilder på poolområden, hotellanläggningar, stränder, hav och båtar visades. I flera inslag visades Fritidsresors namn och logotyp och det framgick vilken anläggning som delar av inspelningen skedde vid. En reseledare var utklädd till Bamse och ledde aktiviteter för vuxna och barn. I slutet av programmet visades texten ”Med bidrag från Fritidsresor”.

Mot bakgrund av TV4 AB:s uppgift om att Fritidsresors bidrag till programmet endast hade bestått i att programföretaget getts ”access till anläggningen”, kunde granskningsnämnden inte komma till slutsatsen att programmet var sponsrat av researrangören i den mening som avses i radio och tvlagen.

I övrigt ansåg nämnden att det redan genom att programmet handlade om Fritidsresors personal, resenärer, resmål och anläggning uppkom ett gynnande av företaget. Enligt nämnden kan ett gynnande som uppkommer genom att vardagen skildras för en viss yrkesgrupp naturligtvis vara motiverat av ett informations eller underhållningsintresse. I det nu aktuella programmet förekom dock researrangörens varumärke och andra kännetecken genomgående i programmet, och sammantaget kunde gynnandet inte motiveras av ett tillräckligt informations eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 150 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1603-12).

FÄLLT

Morrongänget

Mix Megapol Radio City, 2008-12-12

Beslut SB 394/09

Delar av sändningarna skedde från ett bemanningsföretag som vunnit en ”lussemorgon med *Morrongänget*”. Under programmets fyra timmar nämndes företagets namn 14 gånger och det framgick vid majoriteten av dessa tillfällen var företaget hade sina lokaler.

Enligt granskningsnämndens uppfattning måste det finnas utrymme för programföretagen att sända program även från kommersiella miljöer. Programföretaget måste dock i sådana fall iaktta särskild försiktighet med fokusering på inspelningsmiljön. Även om omnämmanden av företagsnamn i viss mån måste tillåtas med hänsyn till nytillkomna lyssnare så medförde de upprepade omnämmandena i det aktuella fallet ett gynnande som inte motiverades av ett informations eller underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Mix Megapol Radio City skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 13177-10).

FÄLLT

Easy 107,5

2003-04-27

Beslut SB 639/03

Lokalradiostationen Easy 107,5 sände direkt från en nyöppnad hamburgerrestaurang i Stockholm. Under sändningen omnämnde programledaren vid ett stort antal tillfällen restaurangen och dess adress samt berättade i positiva ordalag om öppettider och sortiment. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av restaurangen som dessutom förstärktes genom att jinglar för stationen, som även innehöll restaurangens namn, sändes vid 19 tillfällen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Easy 107,5 skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 1641-04).

> *Lokalradiostationerna Radio Match 105,1 och Studio 107,5 har fällt för liknande gynnanden av restauranger (SB 366/04 och SB 869/05).*

FRIAT

Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8

SVT Play, 2016-06-20

Beslut 16/01781

I det aktuella avsnittet av *Djursjukhuset* träffade två programledare olika veterinärer som behandlade djur i bland annat djurparker. I programmet exponerades varumärken tillhörande två djurparker och ett så kallat vetenskapscentrum på bland annat kläder som medverkande personer bar.

Granskningsnämnden ansåg att programmet medförde ett visst gynnande av de varumärken som exponerades men att gynnandet, med beaktande av programsammanhanget och att det i övrigt inte förekom någon direkt fokusering på varumärkena, inte gick utöver vad som var motiverat av ett underhållnings- och informationsintresse.

FRIAT

Dröm dig hem – från koja till slott

www.gp.se/tv, 2016-06-16

Beslut 16/01716

I programmet berättade två män om en gård på Österlen som de köpt och renoverat och som nu var till salu. Stillbilder visades på hur huset såg ut före

renoveringen och man fick i rörliga bilder en visning av hur det såg ut nu. En mäklare vars namn och firma angavs omtalade att det var ett fint objekt och lämnade också en uppskattning av vilket pris man kunde tänkas få vid en försäljning av fastigheten. En skylt visades där det stod att försäljning pågick.

Granskningsnämnden ansåg vid en samlad bedömning att det i programmet inte uppstod ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen som gick utöver det som kunde motiveras av ett informations- och underhållningsintresse. Vid bedömningen beaktade nämnden vad tillhandahållaren uppgett i sitt yttrande om att huset som förekom i programmet inte längre var till salu när programmet tillhandahölls i beställ-tv-tjänsten.

>> *Beslutet refereras även under avsnitt 2.4.3. Tydlighet i sponsringsmeddelanden och 3.8.1. Varumärkesexponering på kläder.*

FRIAT

Mat med Kira

SVT1, 2016-03-22

Beslut 16/00894

Programmet var ett avsnitt av en matprogramserie med en kock. I det aktuella avsnittet lagade kocken kräfter och besökte en vingård i Kalifornien. Vingårdens namn nämndes i början av programmet och en entréskylt med vingårdens namn på visades i bild. Bilder från vingårdens utomhusmiljöer och vinkällare visades också i programmet. Vinflaskor med etiketter visades i bild vid tre tillfällen i programmet.

Granskningsnämnden ansåg inte att exponeringen av vingården eller produkter från vingården medförde ett gynnande som gick utöver vad som fick anses vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

P4 Sommar

P4 Göteborg, 2015-07-27

Beslut 15/01883

I programmet förekom ett direktsänt inslag om nöjesparken Skara Sommarland, där en av programledarna befann sig. I inslaget intervjuades en parkansvarig, besökare och säsongsarbetare. Namnet på nöjesparken nämndes ett flertal gånger och både programledaren och de intervjuade berättade om nöjesparkens olika aktiviteter och åkattraktioner.

Enligt granskningsnämnden gav inslaget en positiv bild av nöjesparken, bland annat genom att det framgick att ett besök där kunde vara givande trots det

dåliga sommarvädret. Det förekom dock inga direkta besöksuppmaningar och vid en samlad bedömning ansåg nämnden att det gynnande som uppkom fick anses vara motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

FRIAT

Morgonen

SR P4 Blekinge, 2013-01-18

Beslut 13/00196

Programmet sändes direkt från ett kafé i Karlskrona. Programledarna kommenterade händelser i omgivningen och uppmanade lyssnarna att komma till kaféet. Programledarna intervjuade också lyssnare och inbjudna gäster som var på plats under olika tillfällen och personalen som arbetade på kaféet. Programledarna blev även bjudna på semlor. Totalt nämndes kaféets namn elva gånger under den tre timmar långa sändningen. Vid ett tillfälle uppgavs att kaféet var beläget vid Hoglands Park i Karlskrona och vid ytterligare ett flertal tillfällen omnämndes det som "kaféet i centrala Karlskrona". I avannonseringen nämnde programledarna ett varuhus i Karlskrona för att tacka deras personal för en smörgåstårta och dryck.

Granskningsnämnden ansåg att de omnämmanden av kaféet som förekom motiverades av syftet att bjuda in lyssnare att komma till inspelningsplatsen och medverka i sändningen och att det gynnande som uppkom uppvägdes av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Enligt nämnden innebar programledarnas omnämmande av varuhuset ett visst gynnande. Omnämmandet var dock kort och utan värdering och framhävde därmed inte varuhuset på ett otillbörligt sätt.

FRIAT

I Simons panna

24HD Play, 2012-10-29

Beslut 12/00777

I programmen lagade programledaren mat på ett uppställt kök på Luleå Airport. Luleå Airport omnämndes flera gånger och det sades bland annat att flygplatsen hade 25 avgångar om dagen och att man kunde åka direkt till Göteborg därifrån. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av Luleå Airport i programmen men att detta inte gick utöver vad som får accepteras.

Elfving på Grand

SR P4, 2006-12-26

Beslut SB 327/07

Programmet var två timmar långt och sändes från Grand Hotel i Stockholm. Programmet innehöll främst intervjuer och samtal med till programmet inbjudna gäster. Även personal och gäster på hotellet intervjuades. Intervjuerna och samtalen skedde i olika lokaler på hotellet, och dess namn nämndes vid cirka 40 tillfällen i programmet. Granskningsnämnden ansåg att det gynnande som uppkom i detta fall uppvägdes av informations- och underhållningsintresset.

3.15. ÖVRIGT

Fotbollskanalen

fortbollskanalen.se/video, 2016-01-27 och 03-23

Beslut 16/00243

Efter initiativbeslut granskades fem program som tillhandahölls på fotbollskanalen.se/video. I fyra av programmen diskuterades och analyserades de senaste fotbollsnyheterna av en programledare och en kommentator. Visuellt var programmen uppbyggda med olika skärmar mot en blå bakgrund med texten "TV4 Sport" högst upp. Programledaren och kommentatorn, som befann sig på olika platser och pratade via Skype, syntes på varsin skärm.

I ett av programmen visades ett uppslag från en webbtidning där det under cirka två minuter syntes en annons för Avanza med logotyp och texten "Hos oss är det lika enkelt som billigt att handla amerikanska aktier". Granskningsnämnden fann att exponeringen av annonsen innebar ett otillbörligt kommersiellt gynnande.

Nämnden fann vidare att exponeringen av Svenska Spels logotyp intill en textremsa med tidningsrubriker, som förekom under större delen av sändningstiden i två av programmen, innebar ett otillbörligt gynnande av Svenska Spel. Nämnden fann även att exponeringen av Svenska Spels logotyp intill en textremsa med odds, som förekom under hela sändningstiden i ett av programmen, utgjorde ett otillbörligt kommersiellt gynnande. Nämnden konstaterade att det inte stod klart att de odds som visades utgjorde live-odds, särskilt mot bakgrund av att programmet startades på användarens begäran. Bedömningen av exponeringen av logotypen gjordes därför inte utifrån nämndens praxis om live-odds utan generellt utifrån bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Vid bedömningen uttalades att det i vissa fall måste vara möjligt och också anses lämpligt att med en källhänvisning

ange vem som står bakom viss information som lämnas i ett program, men att upplägget kräver en viss försiktighet med fokuseringen på den aktuella källan.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 100 000 kronor för det otillbörliga gynnandet men satte ned beloppet till 50 000 kronor (förvaltningsrättens mål nr 13357-16).

FÄLLT

Sändningar med presentation av en reklamfilm

TV4, 2016-01-21

Beslut 16/00189

Inför sändningen av ett program klockan 21.00 informerade en programpresentatör bland annat om det program som skulle börja sändas i TV4. Programpresentatören sa även följande.

[...] Och håll ögonen öppna i den första pausen, för då är det premiär för en reklamfilm som också är en påminnelse om att tillsammans blir vi bättre.

Granskningsnämnden konstaterade att programpresentatören i studiosändningen uppmanade tittarna att hålla ögonen öppna inför premiären av en reklamfilm och att presentationen innehöll en beskrivning av reklamfilmens budskap. Hänvisningen till den aktuella reklamfilmen innehöll visserligen inte någon närmare uppgift om annonsör, produkt eller tjänst. Genom uppmaningen att se reklamfilmen, i kombination med att reklamfilmen var den enda som förekom i annonsavbrottet och därför var identifierad även utan någon sådan närmare uppgift, uppkom dock ett klart gynnande av de kommersiella intressen som reklamfilmen representerade. Enligt nämndens mening fanns inte något informations- eller underhållningsintresse som uppvägde gynnandet. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Förvaltningsrätten avlog granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 4248-17).

>> Beslutet refereras även i avsnitt 1.3. Utformning av annonssignatur.

FÄLLT

Ishockey-VM: Schweiz - Kanada

TV4, 2013-05-05

Beslut 13/01159

Under sändningen förekom vid sammanlagt nio tillfällen live-odds från Svenska spel i nedre delen av bilden. Live-oddsen visades i bild mellan sju till fjorton sekunder vardera. Granskningsnämnden har enligt tidigare beslut ansett det möjligt för programföretag att redovisa live-odds på olika förväntade resultat utan att speltjänstens namn anges. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande för att speltjänstens namn visades.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om totalt 500 000 kr men satte ned beloppet till 425 000 kr, varav 300 000 kr avsåg det otillbörliga gynnandet avseende live-odds och resterande 125 000 kr avsåg ett felaktigt inplacerat annonsavbrott samt felaktigt utformade sponsringsmeddelanden (förvaltningsrättens mål nr 269-14).

>> *Beslutet refereras även i avsnitt 1.7. Elektroniska företagsskyltar.*

FÄLLT

P4 Extra

SR P4, 2009-11-04

Beslut SB 117/10

I ett inslag i *P4 Extra* intervjuades skivbolagsdirektören NN med anledning av att han skulle sälja delar av sin konstsamling. Intervjun övergick därefter till att handla om en auktion som NN skulle hålla där bland annat guldskivor och jukeboxar från skivbolag skulle auktioneras ut. Granskningsnämnden ansåg att den auktionering som avsåg föremål från skivbolaget måste ses som en del av NN:s kommersiella verksamhet. Uppgifterna som lämnades i inslaget om auktionsföremålen, vilka dagar auktionen ägde rum samt uppmaningarna att besöka auktionen innebar sammantaget ett gynnande som gick utöver vad som var motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse.

FÄLLT

Äntligen Morgon

104,3 Mix Megapol Stockholm, 2005-12-12

Beslut SB 629/06

I Mix Megapols morgonprogram *Äntligen Morgon* följdes en pokertävling som spelades på internet. Vinnarna i tävlingen, som korades varje dag och vann

50 000 kronor, fick köpa upplevelser för sina vinstpengar. I programmet lämnades dagens kodord till pokertävlingen ut och programledarna informerade återkommande under hela sändningen om tävlingen, reglerna, priserna och deltagare. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av pokertävlingen som klart gick utöver vad som var motiverat av ett informations och underhållningsintresse.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Mix Megapol.se AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 25697-06).

FRIAT

Extrasändning från Ekot

SR P1, 2016-01-08

Beslut 16/00062

Programmet var en extrasändning i P1 med anledning av en misstänkt attack i turistorten Hurghada i Egypten. Under inledningen av sändningen hördes en reklamjingle som bestod av en musikslinga och en röst som under några sekunder talade om räntor och om att välja rätt lån samt hänvisade till ett låneföretags webbplats. Efter ett par sekunders tystnad hördes därefter en programledare som välkomnade lyssnarna till extrasändningen.

Granskningsnämnden konstaterade att det aktuella programmet inleddes med att en reklamjingle för ett låneföretag hördes i radion. Nämnden, som beaktade att jingelns ljud var otydligt och endast hördes i bakgrunden under mycket begränsad tid, kunde inte finna att det uppkom ett otillbörligt kommersiellt gynnande.

FRIAT

Husmorsskolan hemma hos Underbara Clara

SR P1, 2011-12-26

Beslut 12/00062

Programmet ingick i en serie som handlade om tips för till exempel heminredning, vardag och skapande. I programmet medverkade en person som bloggade under namnet Underbara Clara, i vars hem programmet var inspelat. En anmälare ansåg att programmen under benämningen *Husmorsskolan hemma hos Underbara Clara* utgjorde reklam för varumärket Underbara Clara, och då särskilt med tanke på programseriens namn.

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av varumärket Underbara Clara genom programmet men att detta vägdes upp av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse.

Nyhetsmorgon och Vinnare V75

TV4 och TV4 Plus, 2010-04-10

Beslut 10/00118

I inslagen *Gert på Rixvägen* träffade NN, radioprofil och grundare av travtävlingen Rixallsvenskan, en tränare som skulle medverka i tävlingen. Under inslagen syntes stallets logotyp som innehöll texten Stall Rix FM Östergötland på tränarens jacka i totalt cirka en minut. I cirka tre sekunder zoomades den in. Även Rix FM:s logotyp syntes hastigt vid ett par tillfällen på tränarens jacka.

Det förhållandet att radiokanalens namn delvis ingick i namnen på travtävlingen och stallet innebar enligt granskningsnämnden inte i sig ett otillbörligt gynnande. Nämnden kunde inte heller finna att radioprofilens medverkan i inslagen eller den korta exponeringen av radiokanalens logotyp medförde att inslagen stred mot bestämmelsen.

Disneydags

SVT1, 2006-07-08

Beslut SB 712/06

I programmet, som var en tecknad barnfilm med Piff och Puff och deras räddningspatrull, hamnade patrullen hos en rörelse som kallade sig Cola-kulten. Två figurer från rörelsen bjöd in patrullen till en ceremoni. Under ceremonin visades en videofilm med följande sång.

Slit dig loss, kom till oss, lyckans läsk i kocko cola, våran cola ger gemenskap och kraft, vi hör alla ihop tack vare gudarnas saft, lyckans läsk en kocko cola. Slit dig loss, kom till oss, lyckans läsk i kocko cola, spring till affär och köp allt du kan bära, apelsiner eller körsbär, glädjen är nära. Att bli en del av kocko cola. Slit dig loss, kom till oss, lyckans läsk i kocko cola.[- -]

Musiken tonade bort och ceremonin avslutades med en läskdusch. Räddningspatrullen tackade nej till erbjudandet att delta. En av figurerna i patrullen sa följande.

Nu vet jag varför de kallar det kocko cola, de är knäppa om ni vill veta vad jag tror.

Granskningsnämnden konstaterade att drycken ”kocko cola” nämndes upprepade gånger i sången och därutöver talade figurerna om Cola-kulten. Benämningen

hade stor likhet med namnet på den verkliga läskedrycken Coca-Cola. Nämnden ansåg dock inte att omnämningarna gjordes i ett sådant sammanhang att det uppkom ett gynnande av det verkliga varumärket.

FRIAT

Dafo och hans underbara värld

SR P3, 2006-03-09

Beslut SB 711/06

Ett avsnitt av barnprogrammet *Dafo och hans underbara värld* handlade om att pojken Dafo vann en tävling som anordnades av en tillverkare av frukostflingor. Inledningsvis sa Dafo att han ända sen han var liten ätit samma flingor till frukost – inte för att det var speciellt gott utan för att man kunde vara med i tävlingar. Dafos tävlingsbidrag var ordet gott 25 gånger och vinstmotiveringen löd: ”För att med enkelhet och genialt, minimalt låtit fantasin skildra denna utsökta flingprodukt”. Dafos kompis vann också. Hans bidrag prisade de härliga, supergoda flingornas näringsinnehåll och utnämnde tillverkarna till gudar. Varumärket nämndes vid sammanlagt sju tillfällen i programmet.

Granskningsnämnden ansåg att det genom omnämningarna av flingtillverkaren uppkom ett visst gynnande av varumärket. Omnämningarna gjordes dock i ett sammanhang som även för unga lyssnare torde framstå som löjväckande. Nämnden noterade också att en av karaktärerna sa att flingorna inte var särskilt goda. Sammantaget ansåg nämnden att programmet inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

VM-studio

TV4, 2006-06-18

Beslut SB 694/06

Programmet innehöll kommentarer och reportage om fotbollsVM för herrar. Programledaren hänvisade till en omröstning på TV4:s webbplats som visades under 13 sekunder på en storbildsskärm i studion. Den var delvis skyddad av programledaren men en annons på webbplatsen syntes i bild.

Granskningsnämnden ansåg att en sådan exponering av en annons inne i ett program typiskt sett innebär ett kommersiellt gynnande av annonsören och att det strider mot principen att reklam och redaktionellt material ska hållas åtskilt. Den syntes dock under så kort tid och upptog en liten och oskarp del av bilden. Innehållet fick därmed inte en så framträdande placering att det innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.



4. PRODUKTPLACERING

Produktplacering får endast förekomma i filmer, tv-serier, sportprogram och program med lätt underhållning. Produktplacering är tillåten i dessa typer av program så länge programmet inte på ett otillbörligt sätt gynnar kommersiella intressen.

Produktplacering får aldrig förekomma i program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år. Leverantörerna av medietjänster får inte heller sända program där det förekommer produktplacering av

- *alkoholdrycker och tobaksvaror,*
- *andra produkter som kommer från företag vars huvudsakliga verk samhet är att tillverka eller sälja alkoholdrycker eller tobaksvaror,*
- *receptbelagda läkemedel och sådan medicinsk behandling som bara är tillgänglig efter ordination,*
- *modersmjölksersättning,*
- *elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare, eller*
- *spelprodukter från ett företag som inte har nödvändig licens enligt spellagen (2018:1138).*

När det förekommer produktplacering i ett program ska information lämnas om detta i början och i slutet av programmet och när programmet börjar igen efter ett avbrott för annonser.

Informationen ska endast bestå av en neutral upplysning om förekomsten av produktplacering och om den vara eller tjänst som har placerats i programmet.

SVT och UR får enligt sändningstillstånden inte sända program där produktplacering förekommer.

FÄLLT

Robinson

TV4, 2011-10-18

Beslut 11/03201

Programmet innehöll produktplacering av en snabbmatskedjas varumärke och dess varor. Vid sex tillfällen under cirka tre sekunder per tillfälle syntes en symbol bestående av bokstaven P och en text om att programmet innehöll produktplacering. I de flesta fallen gick det knappt att urskilja texten. Vid det sista tillfället täcktes skylten av en annan elektroniskt inlagd skylt.

Granskningsnämnden ansåg att informationen om produktplacering inte var tillräckligt tydlig. Informationen saknade dessutom en upplysning om vilken vara eller tjänst som hade placerats i programmet. Nämnden ansåg vidare att den omfattande exponeringen framhävde snabbmatkedjans produkter och logotyp på ett otillbörligt sätt.

FÄLLT

Lust, svett och tårar

24UNT, 2011-09-05

Beslut 11/02750

Programmet *Lust, svett och tårar* föregicks av texten ”Programmet innehåller produktplacering”. Granskningsnämnden fann inte anledning att ifrågasätta vad programföretaget uppgett om att uppgörelsen om produktplacering ingått mellan tillståndshavaren för programtjänsten 24UNT och ett sportföretag. Eftersom information om att det förekom produktplacering inte hade lämnats i slutet av programmet och det inte heller hade lämnats någon information om vilken vara som placerats i programmet stred sändningen mot reglerna om produktplacering.

> I beslut 11/02749 prövades sändningen av samma program i programtjänsten 24Norrboten. I början av programmet visades texten ”Programmet innehåller produktplacering”. Av ärendet framgick att tillståndshavaren för 24Norrboten inte hade fått betalt eller liknande ersättning för produktplaceringen. Granskningsnämnden konstaterade därför att någon produktplacering i lagens mening inte hade ägt rum i den aktuella sändningen.

FRIAT

FÄLLT

Sommar med Ernst

TV4, 2017-06-22

Beslut 17/01722

Programmet var en del i en serie där programledaren ledde arbetet med att bygga om och rusta upp en fastighet. I samband med att två hantverkare bar fram och installerade ett fönster i en sjöbod syntes logotypen för fönstertillverkaren på en klisterlapp. Den del av fönstret där klisterlappen satt var i fokus i sammanlagt cirka fem sekunder. I en kort översiktsbild syntes även likadana klisterlappar på två fönster som redan blivit installerade. Hantverkarna sa bland annat att fönstret satt som en smäck och att det blev snyggt.

Eftersom det framgick av handlingarna i ärendet att TV4 AB fått ekonomisk ersättning av fönstertillverkaren och fönstren var en integrerad del av programhandlingen, kunde förekomsten av fönstren enligt granskningsnämndens mening inte anses vara något annat än produktplacering i marknadsföringssyfte. TV4 AB hade därför haft en skyldighet att upplysa tittarna om att programmet innehöll produktplacering och om vilken vara eller tjänst som placerats i programmet. Eftersom TV4 AB inte gav en sådan upplysning, stred programmet mot bestämmelsen om produktplacering. Nämnden ansåg dock inte att det denna gång fanns skäl att ansöka om en särskild avgift.

Vad gäller frågan om otillbörligt gynnande ansåg nämnden att det uppkom ett gynnande särskilt genom exponeringen av fönstertillverkarens logotyp. Eftersom exponeringen var kortvarig och det inte skedde någon direkt fokusering på logotypen, var gynnandet dock motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Programmet stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

FRIAT

FÄLLT

Förkväll

TV4, 2010-12-06 och 12-09

Beslut 10/01502

>> Beslutet refereras i avsnitt 3.6. Andra skildringar av företag och produkter.

FRIAT

Energitipset

TV4, 2010-12-06

Beslut 11/01755

>> *Beslutet refereras i avsnitt 3.1. Konsumentupplysning.*

FRIAT

Drottningoffret

SVT, 2010-12-27

Beslut 11/00467

>> *Beslutet refereras i avsnitt 3.8.3. Annan varumärkesexponering.*

FRIAT

Solsidan

TV4, 2011-02-06 och 03-06

Beslut 11/00368

>> *Beslutet refereras i avsnitt 3.8.3. Annan varumärkesexponering.*

FRIAT

Nyhetsmorgon

TV4, 2010-12-15

Beslut 10/01500

Nyhetsmorgon innehöll ett stående inslag där en trisslottvinnare fick skrapa en lott med garanterad vinst. I det granskade inslaget skrapade en man fram en vinst på 50 000 kronor. På lotten stod texten "Vinst mellan 50 000 kr och 5 miljoner kr". Svenska Spels och TV4:s logotyp fanns i de nedersta hörnen på lotten.

Granskningsnämnden ansåg att programinslaget innebar ett otvetydigt kommersiellt gynnande av en av Svenska Spels speltjänster. Av TV4 AB:s redogörelse i ärendet framgick att trisslotsdragningen utgjorde ett inslag som hade en långvarig popularitet och ett stort underhållningsintresse. Nämnden ansåg att det kommersiella gynnande som uppkom genom sändningen mot den angivna bakgrunden inte kunde anses ha varit otillbörligt.

TV4 AB uppgav att det inte förekom produktplacering i programmet. Däremot hade TV4 AB ett samarbete med Svenska Spel som dels innebar att Svenska Spel köpt reklam och sponsringsskyltar, dels gav TV4 AB rätt att göra inslag med Svenska Spels produkter. Den trisslott som skrapades i programmet, och som var helt central för inslaget, kunde enligt nämndens mening inte betraktas som rekvisita av sådant slag att en tillämpning av bestämmelsen om produktplacering var utesluten redan av detta skäl.

En av utgångspunkterna för bedömningen av om det är fråga om produktplacering i bestämmelsens mening är att det i programmet förekommer en exponering i marknadsföringssyfte av en viss vara, tjänst eller varumärke mot betalning eller annan liknande ersättning. TV4 AB:s redogörelse för avtalet med Svenska Spel uppfattades av nämnden så som att Svenska Spel inte hade betalat eller på annat sätt ersatt TV4 AB för att trisslotsdragningen skulle äga rum i det aktuella programmet. Nämnden saknade därför skäl att anse att produktplacering i radio- och tv-lagens mening hade förekommit i sändningen.

KONSUMENTVERKET/KO

Konsumentverket/KO är den centrala myndigheten på konsumentområdet. Myndigheten, som bland annat har till uppgift att övervaka företagens marknadsföring, har tillsynsansvar över marknadsföringslagen (2008:486) och vissa andra speciallagar som anknyter till den, till exempel tobakslagen (1993:581) och alkohollagen (2010:1622).

KO har även tillsyn över vissa bestämmelser i radio- och tv-lagen. Detta gäller bland annat bestämmelserna om reklam riktad till barn (8 kap. 7 och 8 §§ radio- och tv-lagen) och förbudet för nyhetsuppläsare med flera att medverka i reklaminslag (8 kap. 9 § och 15 kap. 4 § radio- och tv-lagen).

I myndighetens arbete ingår att granska innehållet i tv- och radioreklam. KO kan ansöka om förbud vid vite eller marknadsstörningsavgift vid överträdelser av vissa av radio- och tv-lagens bestämmelser.

Konsumentverket/KO

Box 48, 651 02 Karlstad

Besöksadress: Tage Erlandergratan 8A

Tel: 0771-42 33 00

konsumentverket@konsumentverket.se | www.konsumentverket.se

REKLAMOMBUDSMANNEN

Stiftelsen Reklamombudsmannen är näringslivets självreglering som prövar anmäld reklam enligt Internationella Handelskammarens regler för reklam och marknadskommunikation. Stiftelsen har två prövande instanser: Reklamombudsmannen (RO) och Reklamombudsmannens Opinionsnämnd (RON). RO och RON prövar kommersiell reklam riktad mot den svenska marknaden och vägleder marknads aktörer.

Stiftelsen Reklamombudsmannen

Jungfrugatan 10, 114 44 Stockholm

Tel: 08-662 05 50

ro@reklamombudsmannen.org | www.reklamombudsmannen.org

SPELINSPEKTIONEN

Spelinspektionen har bland annat i uppgift att ge tillstånd till allt licensierat spel om pengar i Sverige, ha det övergripande ansvaret för att kontrollera spel- och lotteriverksamhet samt utbilda och informera om den lagstiftning som rör spel och lotterier.

Spelinspektionen

Box 199, 645 23 Strängnäs

Besöksadress: Finningevägen 54 B

Tel: 0152-650 100

registrator@spelinspektionen.se | www.spelinspektionen.se

PROGRAMREGISTER

SR

- Carlsson & Co **197**
- Chillaming **142**
- Dafo och hans underbara värld **208**
- Ekot **95**
- Elfvig möter **118**
- Elfvig på Grand **203**
- Extrasändning från Ekot **206**
- Förmiddag **187**
- God morgon Stockholm **110**
- Godmorgon, världen! **107**
- Husmorsskolan hemma hos Underbara Clara **206**
- Klämdagshjälpen med Nour och Linnea **140**
- Lunchekot **114**
- Lur i P4 **191**
- Melodikrysset **92, 109**
- Meny **91**
- Morgonen **202**
- Morgon i P5 **178**
- Musikhjälpen **185**
- Nordegren i P1 **107, 191**
- P1 Debatt **114**
- P1-morgon **95**
- P3 Musik **103**
- P3 Nyheter **120**
- P4 Extra **119, 184, 205**
- P4 Extra med Lotta Bromé **180**
- P4 Sommar **201**
- Pang Prego **94**
- PP3 **138**
- Programserie om svenska kompositörer **54**
- Rally **132**
- Relationsradion i P3 **124**
- Ring P1 **108, 192**
- Ring så spelar vi **89, 187**
- Schulman i P1 **97**
- Sen Kväll i P5 STHLM Musikliv **195**
- Solsting **84**
- Sommar i P1 **137, 141**
- Stil **141**
- Trailer för konsert **111**
- Vaken med P3 och P4 **119**

Veckans njutning **115**
Vetenskapsradion: Historia **94**

SVT

24 Direkt **165**
Agnetha **79, 103**
Aktuellt **93, 135, 136**
Bil- och båttokig **155**
Bosse Bildoktorn **160**
Design/365 **144**
Disneydags **207**
Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8 **153, 200**
Drottningoffret **175, 212**
Ett annorlunda landslag **154, 162**
Eurovision Song Contest 1999 **54**
Eurovision Song Contest 2013 **41**
Eurovision Song Contest: Semifinal 1 **41, 173**
Eurovision Song Contest: Semifinal 2 **41, 173**
Fashion: Modegala i Paris **142**
FIFA Fotbolls-VM 2018 **70**
Flickvän på försök **149**
Fotboll: EM-truppen presenteras **147**
Fotbollskväll **55**
Friidrott: VM **40, 77**
Friidrott: VM-magasinet **40, 77**
Fråga doktorn **167**
Gokväll **81, 90**
Gomorrön Sverige **82, 95, 97, 128, 154**
Gothenburg Horse Show **39**
Hela norska presskonferensen inför längdpremiären **172**
Hockeykväll **53**
Husdrömmar **136, 154**
Information om SVT HD **49**
Inför Svenska Idrottsgalan **182**
Inslag om Radiohjälpen **183**
Inslag om SVT Play i mobilen **122**
Julkonsert: Sånger för livet **164**
Kampen mot krypen **143**
Kontroll **104**
Kulturnyheterna **93**
Landet runt **144**
Livet är en schlager – och hårt arbete **138**
Längdskidor: Världscupen **38, 190**
Längdskidåkning **157**
Made in Italy **131**
Matiné: Försök inte med mig **35**

Matiné: Sommarnattens leende **35**
Mat med Kira **201**
Melodifestivalen **55, 66, 148, 166, 173**
Mittnytt **93**
Motor: STCC/RallyX Nordic **172**
Mästarnas mästare **147, 155**
Nordea Masters **36, 37**
Ost och skinka på italienska **143**
Packat & klart **164**
Rapport **93, 139, 156, 162**
REA **82**
Salve **44**
Skeppsholmen **160**
SM i cosplay **138**
Snowmagasinet Richter **52**
Sportnytt **88, 125, 161**
Sportspegeln **150, 159**
Stjärnor hos Babben **174**
Stjärnorna på slottet **166**
Stora maskiner (Bolibompa) **171**
Svenska idrottsgalan 2002 **53**
Svenska idrottsgalan 2003 **53**
Sveriges starkaste man **151**
SVT Forum **123**
SVT Nyheter Dalarna **148**
SVT Nyheter Stockholm **23, 148, 186, 196**
SVT Play **151**
Tack Håkan – trailer från Radiotjänst i Kiruna **48**
Teckenlådan **145**
The Hour **35**
Tillsammans för världens barn **179, 180**
Tjejen som inte kunde förlora **150**
Trafikmagasinet **122**
Tvårsnytt **112**
Uppdrag granskning **162**
Veckans brott **92, 100**
Vinterstudion **163**
VM i Falun: Invigning **152**
Västerbottensnytt **100**
Västnytt **115, 156**

TV4 AB

Advokaterna **198**
Alfred **20**
Alpint **13**
American Idol **164**

Annons för Hjärt-Lungfonden **33**
Bakom Änglavakt **98**
Barn med sjätte sinne **34**
Beck – I Guds namn **17**
Biggest loser – Nu eller aldrig! del 20 **76**
Bingolotto **169, 178**
Bygglov **171**
Conan O'Brien **26**
Djurskyddarna **174**
Dr Phil **90, 176**
Duellen – Val 2018 **24**
Efter tio **96**
Ekonominyheterna **121**
Energipiset **11, 83, 212**
Exklusivt Ekwall **86, 157**
Festen har börjat **101**
FIFA Dam-VM 2015 **59, 189**
FIFA Fotbolls-VM 2018: Brasilien – Belgien **65**
Flashforward **69**
Fotbollskanalen **203**
Fredsmäklaren **19**
Fångarna på fortet **27**
Förkväll **78, 130, 133, 211**
Döda poeters sällskap **14**
Gifta på låtsas **61**
Grillmästarna del 1 **76**
Göta kanal 3 – bakom kulisserna **99**
Hajen som visste för mycket **20**
Hobbit: Femhårslaget **16**
Idol **73**
Ishockey: Slutspel 2011 **28**
Ishockey SM-slutspel – Semifinal 4:7 Linköping-Skellefteå **25**
Ishockey-VM: Schweiz – Kanada **38, 205**
Jeopardy **182**
Kaffets värld **85**
Kalla fakta special **26**
Knight and day **16**
Kommissarie Anna Travis **73**
Kommissarie Späck **15**
Konståknings-EM: Uppvisningsfesten **27**
Kust och Hav **77, 117**
Kvällsöppet **118**
Köpa hem **188**
La Liga **194**
Let's Dance del 11 **76**
Madicken på Göta Lejon **29**
Malou möter Carola **26**

Mitt liv som valp **158**
Monty Python live (mostly) **24**
Morden i Sandhamn **18**
Nickelodeon Kids Choice Awards **30, 52**
Nyheterna **22, 23, 47, 48, 51**
Nyhetsmorgon **88, 100, 126, 127, 131, 163, 167, 207, 212**
Nyhetsmorgon lördag **156**
Oprah Winfrey Show **169**
Pokémon **28**
Polar Music Prize **25**
Position X **170**
Postkodmiljonären **185**
Pro-Am Poker Equalizer **168**
Programpresentation m.m. **192**
Påtaglig fara **19**
QX Gaygalan **165**
Reklamslag för AMF Pension **43**
Robinson **210**
Robinson Karibien **69**
Rädda menige Ryan **18**
Sagan om ringen **17**
Semestersvenskar **198**
Sen kväll med Luuk **61**
Shrek **29, 52**
Slumdog Millionaire **72**
Solsidan **175, 212**
Sommar med Ernst **211**
Sponsringsmeddelanden för ERA, XL Bygg och SverigePumpen **68**
Sponsringsmeddelanden i TV4 **72**
Sporten **21, 22, 47, 51**
Studio: FIFA Fotbolls-VM 2018 **65**
Sveriges mästarkock **86, 149, 159, 196**
Så mycket bättre **137**
Sändningar med presentation av en reklamfilm **32, 204**
Tina på besök **146**
Tipslördag **176**
Trailer för Canal+ **48**
Tsatsiki, morsan och polisen **20, 30, 52**
TV4Nyheterna **21, 23, 51, 105, 120, 121**
TV4Vädret **66, 70**
U21-EM **189**
Veterinärerna **168**
Vinnare V75 **207**
VM-studio **11, 208**
Yu-Gi-Oh **145**
Äntligen hemma **85, 130, 193**

Kommersiell radio

105,5 RIX FM Stockholm [11](#), [46](#), [59](#), [74](#), [102](#), [128](#), [180](#), [190](#)

106,7 Rockklassiker [46](#), [60](#), [86](#), [116](#)

Annonssignaturer i analog kommersiell radio [31](#)

East FM 100,9 i Norrköping [33](#)

Easy 107,5 [200](#)

Mix Megapol [106](#), [129](#), [199](#)

Mix Megapol 104,3 Stockholm [75](#), [76](#)

Mix Megapol Södra Skåne och Norra Skåne [12](#), [132](#)

Morrongänget [194](#), [199](#)

Morrnrock [86](#), [181](#)

RIX Finanstips [51](#)

RIX Morronzoo [183](#)

Svensk Pop 101,9 [190](#)

The Voice 105,9 Stockholm [177](#)

Unni Drougge på Radio 1 [89](#)

Vakna med the Voice [128](#)

Äntligen morgon [60](#), [87](#), [205](#)

Övriga radiosändningar

Estrad [110](#)

Kanon FM 98,6 [45](#)

Kristen U-hjälp [113](#)

Köp och Sälj [81](#)

Onsdagskicken [113](#)

Radio Krokomb [112](#)

Radio S [10](#)

Radio Sölvesborg [184](#)

Radio Vallentuna [111](#), [177](#), [188](#)

Radio X [114](#)

Sändningar i Kultur och idrottsföreningen Peyvand [126](#)

Övriga tv-sändningar

Digitalsändningarna i eTV [42](#)

Festival-TV [105](#)

Göteborgspatrullen [101](#)

Information om Facebook [187](#)

Lust, svett och tårar [13](#), [210](#)

Matplan [193](#)

Morrongänget [194](#)

Nordisk TV Mission m.fl. [43](#)

Nyheter i 24nt [117](#)

Sofis mode [134](#)

Sändningar i 24nt [71](#)

Sändningar i Kanal 5, Kanal 9, TV3, TV6 och TV8 [56](#)

The Economist **195**
Trailer för annans program **45**
Tvins.com **12**

Övrig beställ-tv

Dröm dig hem – från koja till slott **76, 200**
Gulddrakegalan 2012 **140**
Här testar DN.se nya Lill-Skansen **140**
I Simons panna **202**
Kents fans tycker till om sista plattan **102**
Leva & Bo – Följ med in i världens första Ikeamuseum **116**
Lockar och pockar **120**
Månadens företag – Ljudfabriken **123**
Paintballkrig i skolan **120**
Pengarna återlämnade – dansstjärnan tackar GP och folket **153**
Påskhälsningar – 2016 **123**
Se senaste dragningen från Eurolotto m.m. **32**
Se trailern till den nya "Ghostbusters" **98**
Spela! Avsnitt 8, säsong 1 och Apple släpper Ipad 3 m.m. **83**
Travklubben – 160610 **123**

