

BESLUT

SB 246/02

2002-04-17

Dnr: 831/01-24,
818/01-24, 38/02-24

SAKEN

"Bingolotto", TV4, 2001-12-08 och 2002-01-12, samt "Bingolottos uppesittarkväll", TV4, 2001-12-23, program med vinstpresentationer; fråga om otillbörligt gynnande

Tre anmälningar

Programmen *Bingolotto* och *Bingolottos uppesittarkväll* innehöll bl.a. bingodragningar och utlottning av priser i de *Hemliga lådorna*. I programmen förekom ett stort antal vinstpresentationer. De flesta vinsterna delades ut efter öppning av en *Hemlig låda* eller en *Julklapp* och illustrerades genom en kort presentationsfilm. Vissa priser exponerades även i samband med tävlingsinslagen *Bankvalvet* och *Brons-* eller *Silverbingo*. Priserna kommenterades även av programledaren.

I samband med tre vinstpresentationer nämnde programledaren företagen som vinsterna kom från vid namn. Det gällde vinsterna av bestick från Hardanger, en plasma-TV från LG samt en säng från Hästens. Dessutom nämnde programledaren vid ett tillfälle att den aktuella vinsten kom från "ett av Sveriges största kvalitetsvaruhus, det får du räkna ut vilket det är själv, för jag får inte säga att det är det som börjar på Å".

I programmet den 8 december 2001 förekom tre ca 20 sekunder långa presentationsfilmer för vinster av Volvobilar samt ytterligare fem kortare filmer. Programmet var även sponsrat av Volvo.

I ett av programmen utgjordes en vinst av bl.a. biobiljetter till filmen *Jordgubbar med riktig mjölk*. Vinsten illustrerades genom att scener ur filmen visades medan programledaren berättade om den.

Vid tre av vinstpresentationerna förekom exponering av symboler som är kända för de respektive företagen, dock utan att programledaren nämnde några företagsnamn eller att någon logotyp syntes i bild. Detta gällde en av vinsterna i *Bankvalvet*, där ett bankkort som såg ut som Föreningssparbankens men utan logotyp illustrerade en pengavinst. Detsamma gällde vinsten av presentkort på mat i *Bronsbingo* och i en *Hemlig låda*. Vinsten illustrerades här av barn klädda i röda tröjor med texten ”köttbullar” och ”russin” vilka drog ett kort som såg ut som ett ICA-kort genom en kortläsare. ICA har under 2001 i två reklamfilmer använt barn klädda i likadana tröjor. Lådvinsten ”en blårutig säng” illustrerades med bilder på sängen med en häst liggande ovanpå och andra hästar springande i bakgrunden.

Vid två vinstpresentationer syntes varumärke m.m. i bild. En av vinsterna bestod av färdigmat och logotypen Billys syntes i bild under några sekunder när pizzabitar i en mikrovågsugn zoomades in. En vinst av presentkort på 5 000 kronor illustrerades genom en film där en liten pojke lekte med en leksaksmack på vilken man kunde se Statoils logotyp hastigt.

Vid ett tillfälle visades CD-skivor med kvällens gästade artister i bild under ca fem sekunder.

Anmälarna anser att det i programmen görs smyg reklam för Åhléns, Billys, Hästens sängar samt för filmen *Jordgubbar med riktig mjölk*.

TV4 har avgivit yttrande och anser att vinstpresentationerna i programmen inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Programföretaget anför som stöd härför i huvudsak följande. Vinsten av bestick har en tydlig koppling till Norge och Hardangervidda. I detta sammanhang var det naturligt att besticken kom från Hardanger. Begreppet plasma-TV är relativt nytt och olika företag har olika uppfattning av vad begreppet innebär. Det fanns därför ett intresse av att informera tittarna om vilket företag som producerat den aktuella plasma-TV:n. Programledarens uttalanden om vinster av en Hästensäng och väskor från ett varuhus som börjar på Å var spontana och ickeplanerade. Eftersom *Bingolotto* direktsänds bör Granskningsnämnden ha något högre toleransnivå för t.ex. felsägningar. Vinstpresentationerna av Volvobilar följer Granskningsnämndens praxis eftersom det har ansetts motiverat att upplysa tittarna om vad för slags bil man kan vinna. De visade scenerna ur filmen *Jordgubbar med riktig mjölk* motiverades dels av det underhållningsintresse som finns för en aktuell film, dels genom det informationsintresse som föreligger för vinnaren att få veta vilken film som kan vinnas. Vid vinstpresentationen av presentkort på mat exponerades inte vinstgivarens varumärke, logotyp eller företagsnamn. Kopplingen mellan barnens tröjor och ICA är långsökt. Presentationerna av vinsterna av säng och bankkort innehöll varken logotyp eller företagsnamn. Granskningsnämndens praxis har aldrig tidigare fastslagit att färger eller former skulle kunna innebära

ett otillbörligt gynnande. Logotyperna för Billys och Statoil var knappt märkbara, ingen fokusering på logotyperna skedde. CD-skivorna med kvällens artister utgjorde vinst i tävlingen *Företagsjakten*, och det var därför naturligt att visa vilka skivor som stod på spel.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Vid prövningen i ärendet aktualiseras bestämmelsen om otillbörligt gynnande i 6 kap. 4 § radio- och TV-lagen (1996:844). Enligt denna bestämmelse får program som inte är reklam inte på ett otillbörligt sätt gynna kommersiella intressen. Enligt Granskningsnämndens praxis är ett gynnande av ett kommersiellt intresse otillbörligt i de fall det inte kan motiveras av något informations- eller underhållningsintresse.

Granskningsnämndens praxis när det gäller visandet eller omnämmandet av företagsnamn/logotyper vid vinstpresentationer innebär att detta i regel har ansetts innebära ett otillbörligt gynnande. Som exempel kan nämnas att det enligt nämndens mening visserligen föreligger ett intresse av att i ett program av detta slag tala om att en vinst utgörs av mat, en TV eller en säng. Något tillräckligt starkt informations- eller underhållningsintresse som motiverar att det därutöver lämnas uppgifter om från vilket företag vinsten kommer föreligger däremot som regel inte.

Namngivande av vinstleverantörerna

Programledaren nämnde att besticken var tillverkade av Hardanger, att sängen kom från Hästen och att plasma-TV:n kom från LG. Han nämnde även att vinsten av väskor kom från ett varuhus som började på Å. Det måste stå klart för samtliga tittare att det varuhus som åsyftades var Åhléns, och programledarens uttalande hade samma effekt som om hela namnet hade nämnts.

Granskningsnämnden finner därför – mot bakgrund av sin ovan återgivna praxis – att de aktuella vinstpresentationerna strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i radio- och TV-lagen.

Bilvinsterna

Presentationsfilmerna visade Volvobilar som körde på en väg under mellan fem och 25 sekunder. Tre presentationsfilmer översteg 20 sekunder medan de övriga fem var omkring fem sekunder långa. Då det gäller bilvinster har nämnden ansett att det kan vara motiverat att upplysa tittarna om vad för slags bil man kan vinna, men exponeringen får självfallet inte gå utöver vad som kan vara motiverat. Det får i och för sig anses tillåtet att visa bilen i bild. Nämnden finner att exponeringen av Volvo i de kortare presentationsfilmerna inte gick utöver vad som kan godtas. De längre filmerna innehöll emellertid en mer omfattande

exponering av Volvo och Granskningsnämnden finner därför att de strider mot gällande regler.

Filmvinsten

Scenerna ur filmen visades medan programledaren berättade om skådespelare och regissör m.m. Inslaget fick en delvis reklamlik utformning och det kan ifrågasättas om den exponering av filmen som förekom inte var överdriven. Nämnden finner dock vid en samlad bedömning att inslaget var motiverat av ett informations- och underhållningsintresse och att det därför inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Vinstpresentationer utan varumärke eller företagsnamn

Granskningsnämnden har i tidigare beslut ansett färger och former som anspelar på varumärken utgöra ett otillbörligt gynnande (SB 72/97, 148/99). I SB 72/97 bar de tävlande i programmet Kannan tröjor med breda ränder i rött/vitt respektive grönt/vitt och mitt på tröjorna fanns ett vitt fält med de tävlandes namn. Granskningsnämnden ansåg att tröjorna företedde stora likheter med designen på Arlas mjölkpaket, och att det härigenom uppstod ett gynnande av Arla som enligt nämnden inte kunde motiveras av något som helst informations- eller underhållningsintresse. Vid de nu aktuella presentationerna av vinst av bankkort med pengar, presentkort på mat och en säng förekom ingen exponering av logotyp eller företagsnamn. Granskningsnämnden konstaterar dock att det lätt gick att identifiera bankkortet som Föreningssparbankens och kundkortet som ett ICA-kort. Vinsterna av en säng och presentkort på mat presenterades med filmer som måste bedömas som rena reklamfilmer. Filmerna hade liknande innehåll som de reklamfilmer företagen använder vid sin marknadsföring med den huvudsakliga skillnaden att varumärket inte syntes i de här aktuella filmerna. En grundläggande princip bakom radio- och TV-lagen är att reklam skall hållas åtskild från det övriga programinnehållet. Presentationsfilmerna för vinst av säng och presentkort på mat måste anses ha haft ett liknande innehåll som reklamfilmer. Därigenom har TV4 uppenbart brutit mot den principen och därmed mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande i radio- och TV-lagen. Även vinsten av ett bankkort med pengar presenterades på ett sådant sätt att det innebar ett otillbörligt gynnande av företaget trots att inget varumärke syntes.

Vinstpresentationer med synliga varumärken m.m.

Varumärket Billys syntes när pizzabitar låg i en mikrovågsugn under sammanlagt ca sex sekunder. Varumärket syntes tydligt och presentationen är enligt nämnden inte förenlig med bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Leksaksmacken med Statoils logotyp syntes en kort stund och utan att logotypen zoomades in. Granskningsnämnden finner därför att presentationen inte strider mot gällande

bestämmelser. CD-skivorna med kvällens artister som utgjorde vinsten i *Företagsjakten* syntes tydligt i bild under ca fem sekunder. Exponeringen får dock anses motiverad av ett informationsintresse att få veta vad vinsten bestod av och presentationen gick därför inte utöver vad som kan godtas.

SAMMANFATTNING

Granskningsnämnden finner att presentationerna av vinster från Hardanger, LG, Hästens, Åhléns, Volvo, ICA, Föreningssparbanken och Billys strider mot förbudet i 6 kap. 4 § radio- och TV-lagen att otillbörligt gynna ett kommersiellt intresse.

AVGIFT

Som anförts ovan finner Granskningsnämnden det uppenbart att presentationsfilmerna som illustrerade vinsten av en säng och presentkort på mat stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Detta bör även ha varit uppenbart för TV4. TV4 har i sitt yttrande fört ett resonemang som tyder på att det anser sig ha rätt att namnge två av vinstleverantörerna, en bestick- och en TV-tillverkare. Granskningsnämndens praxis är dock klar på området och TV4 har vid flera tidigare tillfällen (SB 325/92, SB 41/93 m.fl.) fällts för sådana omnämmanden. Nämnden beslutar därför att hos Länsrätten i Stockholms län för de ovan nämnda överträdelserna ansöka om påförande av särskild avgift enligt bestämmelserna i 10 kap. 5 § och 12 kap. 4 § radio- och TV-lagen.

Detta beslut har fattats av Johan Munck, Ingrid Edström, Susanne Ljung, Ella Niia, Mikael Odenberg, Agneta Ringman, Sören Thunell, Göran Schäder, Karin Nyberg Fleisher, Bo Reimer, Jan-Erik Lundström och Pär-Arne Jigenius efter föredragning av Sofi Nilsson.

På Granskningsnämndens vägnar

Johan Munck/Göran Schäder

Sofi Nilsson