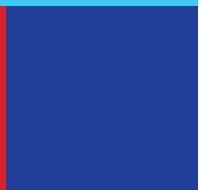




GRANSKAT & KLART

Tema - reklam, sponsring och otillbörligt gynnande



GRANSKAT & KLART

.....
Tema - reklam, sponsring och otillbörligt gynnande

GRANSKNINGSNÄMNDENS PRAXISSAMLING

Sjunde upplagan | 2015
Tryckt hos DanagårdLITHO AB
ISBN 978-91-980489-5-7

Redaktör: Helena Söderman
Grafisk form: Martin Zachrisson och Lisbeth Byman Design

gransknings
nämnden
för radio och tv



Box 33, 121 25 Stockholm-Globen
registrator@mrtv.se
Tel: 08-580 070 00 ••• mrtv.se

FÖRORD

Granskningsnämnden för radio och tv publicerar sina avgöranden löpande på www.mrtv.se. Nämnden ger också ut temaskrifter rörande tillämpningen av reglerna inom ett visst område under samlingsnamnet Granskat och klart – tema.

År 1998 gjordes en sådan temaskrift om reklam, sponsring och otillbörligt gynnande, som därefter uppdaterats vid fem tillfällen. Den nu föreliggande sjunde upplagan av skriften beskriver utvecklingen av nämndens praxis till och med år 2014. Vid denna liksom vid tidigare uppdateringar har en del äldre avgöranden fått utgå på grund av platsbrist. Den som vill ha en mer fullständig bild av utvecklingen av nämndens praxis hänvisas därför till tidigare upplagor av temaskriften.

Stockholm i februari 2015

Helena Söderman, redaktör

INNEHÅLL

FÖRORD	4
INLEDNING	8
1. REKLAM OCH ANDRA ANNONSER M.M.	9
1.1. Annonstid för tv- och radiosändningar	11
1.1.1. <i>Största tillåtna annonsvolym</i>	11
1.1.2. <i>Försäljningsprogram</i>	12
1.1.3. <i>Kortaste tillåtna annonstid</i>	13
1.2. Annonsavbrott	14
1.2.1. <i>Avbrott i filmer</i>	14
1.2.2. <i>Avbrott i andra program</i>	17
1.2.3. <i>Annonser i anslutning till barnprogram</i>	20
1.3. Utformning av annonssignatur	23
1.4. Personer som inte får förekomma i annonser	24
1.5. Annonsering med delad skärm	25
1.6. Virtuellt annonsering	26
1.7. Elektroniska företagsskyltar	26
1.8. Övrigt	29
1.8.1. <i>Interaktiva tv-sändningar</i>	29
1.8.2. <i>Reklam utformad som ett program</i>	30
1.8.3. <i>Andra typer av reklam</i>	31
1.8.4. <i>Ideella bidrag till programverksamhet</i>	31
1.9. Undantag från annons- och reklamreglerna	31
1.9.1. <i>Reklam för utbildningsmaterial m.m.</i>	32
1.9.2. <i>Reklam för egen programverksamhet m.m.</i>	33

2. SPONSRING	35
2.1. Program som inte får sponsras	36
2.1.1. Nyhetsprogram	37
2.1.2. Barnprogram	37
2.1.3. Public service	38
2.2. Vem som inte får sponsra program	41
2.2.1. Alkohol- och tobaksföretag	41
2.2.2. Produkter och varumärken	42
2.2.3. Utländska spelbolag	42
2.3. Inplacering av sponsringsmeddelanden	42
2.3.1. Början och slutet på ett program	43
2.4. Utformning av sponsringsmeddelanden	45
2.4.1. Tilläggsuppgifter och slogans	45
2.4.2. Bild- och ljudillustrationer	48
2.5. Indirekt sponsring	54
3. OTILLBÖRLIGT KOMMERSIELLT GYNNANDE	57
3.1. Konsumentupplysning	59
3.2. Dryckesprovning	62
3.3. Böcker, filmer, skivor m.m.	64
3.3.1. Böcker	64
3.3.2. Böcker författade av företrädare för programföretag	69
3.3.3. Filmer	71
3.3.4. Skivor	72
3.3.5. Dataspel	75
3.3.5. Tidningar	76
3.4. Evenemangstips	78
3.5. Nya företag och produkter	84
3.6. Andra skildringar av företag och produkter	89
3.7. Kringprodukter	103

3.8. Varumärkesexponering	104
3.8.1. <i>Varumärkesexponering på kläder</i>	104
3.8.2. <i>Varumärken i inspelningsmiljön</i>	106
3.8.3. <i>Annan varumärkesexponering</i>	112
3.9. Vinstpresentationer	116
3.10. Välgörenhet	121
3.11. Hänvisning till webbplats	124
3.12. Redaktionellt samarbete	128
3.13. Program med tidningsnamn	129
3.14. Gynnande av sponsor	130
3.15. Gynnande av inspelningsplats	131
3.16. Övrigt	135
4. PRODUKTPLACERING	146
KONSUMENTVERKET/KO	150
PROGRAMREGISTER	151

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 meddelat. De regler som nämnden utgår från i sin granskning finns i radio- och tv-lagen (2010:696) och i de marksändande programföretagens sändnings-tillstånd.

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 den sändandes 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 meddelades 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 modersmjölk ersättning följs. För närmare information om Konsumentverket/KO:s uppgifter, se faktaruta i slutet av denna temaskrift.

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



Friat



**REKLAM OCH ANDRA
ANNONSER M.M.**

1. REKLAM OCH ANDRA ANNONSER M.M.

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 (3 kap. 1 § p. 1).

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

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.

Nämnden ansåg att informationen om Radio S var utformad som en trailer för programmet. Av granskningsnämndens 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.

SLTV



2010-12-17

Beslut 10/00122

I sändningarna förekom ett cirka 40 sekunder långt inslag som inleddes med textbudskapet "Gör som Trehjuling AB! 17.000 hushåll ser er sponsorskytt". Därefter visades

som exempel först hur Trehjuling AB:s sponsorskytt såg ut i det lilla sponsorprogrammet, sedan hur den såg ut i det stora sponsorprogrammet. Inslaget avslutades med texten "Lilla sponsorpaketet, 4 sekunder enkel grafik. Stora sponsorprogrammet 12 sekunder avancerad grafik med ljud. Prisuppgifter och mer info på www.sltv.se/sponsor".

Granskningsnämnden ansåg att inslaget var att betrakta som marknadsföring av SLTV som annonsorgan, vilket stred mot förbudet för lokala kabelsändarorganisationer att sända reklam.

>>> Beslutet refereras även i avsnitten 3.8.2. Varumärken i inspelningsmiljön och 3.16. Övrigt

Energitipset,



TV4, 2010-12-06

Beslut 11/01755,

>>> Beslutet refereras i avsnitt 3.1. Konsumentupplysning

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 under högst tolv minuter per timme mellan hela klockslag (8 kap. 1 § radio- och tv-lagen).

Annonser i en ljudradiosändning får sändas högst tolv minuter per timme mellan hela klockslag. Om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag, får annonser sändas under högst femton procent av sändningstiden (15 kap. 2 § radio- och tv-lagen).

Mix Megapol Södra Skåne och Norra Skåne



2013-02-07 och 02-08

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



2011-02-08

Beslut 11/00365

Sändningarna hade enligt uppgift från Bålsta Kabel-TV skett i en kontinuerlig slinga. Den granskade slingan var 14 minuter och 35 sekunder lång. I slingan visades annonser i 4 minuter och 36 sekunder.

Granskningsnämnden konstaterade att den totala annonsmängden per sändningstimme mellan hela klockslag översteg 12 minuter. Överträdelse av bestämmelsen om största tillåtna annonsmängd hade därför skett. Nämnden konstaterade även att det saknades annonsmarkeringar före och efter de inledande annonserna i slingan samt att ett inslag med en uppfinning som skulle ersätta så kallade parkeringsskivor innebar ett otillbörligt kommersiellt gynnande. Sändningarna stred därför även mot dessa bestämmelser.

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 (8 kap. 1 § andra stycket radio- och tv-lagen).



Star!, 2011-09-05, kl. 11.00–15.00

Beslut 12/00234

Sändningen tvins.com innehöll försäljning och demonstrationer av olika produkter. Demonstrationerna och intervjuerna var på engelska medan informationen om produkterna, köp-villkoren och uppmaningarna att köpa produkterna gjordes av en svensk speaker. 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 15 minuter. Mellan varje produkt visades vinjetten med tvins.com logotyp.

Granskningsnämnden konstaterade inledningsvis att programtjänsten, som var registrerad vid Myndigheten för radio och tv och 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 räknats bort. Regeln gäller inte för tv-sändningar av direktsända sportevenemang (8 kap. 2 § radio- och tv-lagen).

Bestämmelsen säger inget om hur kort ett enskilt reklaminslag 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.

Öppna Kanalen Skövde



Öppna Kanalen Skövde, 2011-09-05

Beslut 11/02827

Sändningen bestod bland annat av en återkommande slinga av medlemsinformation som visades mellan programmen. Vid 31 tillfällen i medlemsinformationen visades texten "Annons" i bildens övre vänstra hörn. Varje enskilt annonsavbrott var 5, 7 eller 30 sekunder långt och saknade annonssignatur. Nämnden konstaterade att medlemsinformationen som hade märkts med texten "Annons" inte var avsedd som annonser i radio- och tv-lagens mening. Eftersom informationen ändå hade detta innehåll kunde ingen annan slutsats dras än att annonsreglerna skulle tillämpas fullt ut. De 31 tillfällen där texten "Annons" uppkom betraktades därför som separata annonsavbrott och eftersom samtliga av dessa avbrott understeg en minut stred avbrotten mot bestämmelsen om kortaste tillåtna annonstid. Nämnden ansåg även att varje enskilt annonsavbrott saknade annonssignatur och därför stred mot bestämmelsen om annonsmarkering.

Lust, svett och tårar



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

Beslut 11/02750

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

>>> Beslutet refereras i avsnitt 4. Produktplacering

1.2. Annonsavbrott

(8 kap. 3 och 4 §§ och 7 § 2 st. radio- och tv-lagen)

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

- Program som innehåller gudstjänster eller som huvudsakligen riktar sig till barn under tolv år får inte avbrytas av annonsering. Reklam får inte heller förekomma omedelbart före eller efter ett program eller en del av ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år.
- Andra program 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

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 drömligt 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.

Nämnden 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.

För överträdelsen beslutade granskningsnämnden att ansöka hos förvaltningsrätten om påförande av en särskild avgift om 25 000 kr. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

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 det sjätte annonsavbrottet hade placerats på ett sådant sätt att de avbröt ett pågående dramatiskt händelseförlopp.

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 avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 4600-12).

Påtaglig fara



TV4, 2004-09-12

SB 466/05

Filmen handlade om en CIA-agent som fått i uppdrag att utreda mordet på en av presidenternas vänner med familj. I filmen gjordes tre annonsavbrott. När det första avbrottet 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 avlog granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kr för det felaktigt inplacerade annonsavbrottet. Kammarrätten biföll dock nämndens överklagande men satte ned beloppet till 25 000 kr. Högsta förvaltningsdomstolen fastställde kammarrättens dom (Högsta förvaltningsrättens mål nr 3267-06).

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 1.2.3. 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 anmälnarnas ideella rättigheter blivit kränkta. Tre ledamöter var skiljaktiga och ansåg att såväl förekomsten som placeringen av annonsavbrotten kränkte anmälnarnas rättigheter och filmernas integritet och upplevelsevärde.

1.2.2. Avbrott i andra program

Morden i Sandhamn



TV4, 2012-12-19

Beslut 12/02761

Programmet var ett avsnitt i en svensk kriminalserie. Programmet avbröts för annonser. Det andra annonsavbrottet skedde under ett tumult som utbrutit mellan två kvinnor (kvinna A och kvinna 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 8 kap. 4 § radio- och tv-lagen.

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

Polar Music Prize



TV4, 2012-08-28

Beslut 12/01711

I programmet, en direktsänd prisutdelningsceremoni, placerades två annonsavbrott mitt i framförandet av olika musikverk. Nämnden 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 i 8 kap. 4 § 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 avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 8379-13).

TV4Nyhetererna



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 inte hade rätt att göra något avbrott i sändningen med hänsyn till det aktuella programmets tablålagda längd. Sändningen stred därför mot bestämmelsen i 8 kap. 4 § 2 st. radio- och tv-lagen.

Malou möter Carola



TV4, 2006-04-25

Beslut SB 716/06

I programmet intervjuade Malou von Sivers artisten Carola. Intervjun bröts för reklam efter det att Malou ställt en fråga och innan Carola 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 avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 271-08).

Conan O'Brien



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

Beslut SB 368/06

Conan O'Brien är en amerikansk pratshow som innehåller bland annat 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 avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 7381-06).

Kalla fakta special



TV4, 2005-09-02

Beslut SB 057/05

Kalla fakta special visade i november 2004 en dokumentär som handlade om en svår helikopteryllycka i Sverige då sex personer i besättningen omkom och endast en person överlevde. Ett av reklamavbrotten hade placerats i en sekvens som visade en begravning. 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 kr. Kammarrätten avslag TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2602-07).

Fångarna på fortet



TV4, 2014-02-08

Beslut 14/00397

Inslaget innehöll ett tävlingsmoment där 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 programmets kontinuitet. Inplaceringen av annonsavbrottet stred därför inte mot 8 kap. 4 § radio- och tv-lagen.

Ishockey: Slutspel 2011



TV4, 2011-04-09

Beslut 11/00953

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 bestämmelsen i 8 kap. 4 § radio- och tv-lagen.

* I nämndens beslut 13/01159 fälldes en sändning av en hockeymatch för att det hade satts in ett annonsavbrott under pågående spel så tv-tittarna missade ett mål. Sändningen ansågs därför strida mot bestämmelsen i 8 kap. 4 § radio- och tv-lagen. Beslutet refereras i avsnitt 1.7. Elektroniska företagsskyltar.

1.2.3. Annonser i anslutning till barnprogram

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 inslaget hade utformats som reklam.

Förvaltningsrätten biföll nämndens 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 Pokémonrappen eller på väsentligen samma sätt.

Enligt Marknadsdomstolen stred rappen mot barnreklamförbudet i radio- och tv-lagen, vilket ”måste ha kunnat konstateras av TV4 AB som programföretag utan någon mera ingående granskning”.

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 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.

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 annonssändningarna 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 som Darin, Daniel Powter och Amy Diamond och programledaren intervjuade några av vinnarna i de olika kategorierna. I tv-tablåen 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 upphovsmännen 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.

En ledamot ansåg att filmen var ett program som huvudsakligen riktade sig till barn under tolv år och att inga avbrott därför fick göras. En ledamot ansåg att reklamavbrotten innebar en kränkning av filmens konstnärliga värde och integritet och därför stred mot 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 (8 kap. 5 § radio- och tv-lagen).

Före och efter varje ljudradiosändning av annonser ska det sändas en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar (15 kap. 1 § radio- och tv-lagen).

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. Nämnden konstaterade att det inte förekom någon signatur i ljud och bild före och efter annonseringen. Tillhandahållandet av annonsen stred därför mot bestämmelsen i 8 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

>>> Ärendet rörde även frågan om otillbörligt gynnande i beställ-tv, se avsnitt 3. Otillbörligt kommersiellt gynnande.

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

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

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 postgironummer 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.

Granskningsnämnden beslutade att ansöka om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift, men endast för felaktigt utformade sponsringsmeddelanden. Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det felaktigt utformade sponsringsmeddelandet. Kammarrätten avlog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 433-10).

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 inte förekomma om den kränker programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter.

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 7 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 7 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. Virtuellt annonsering

(8 kap. 11 § radio- och tv-lagen)

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

1. är mer framträdande än den annonsering som normalt förekommer på platsen eller på något annat sätt inverkar störande på möjligheterna att uppfatta programmet, eller
2. 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.

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 väderförhållanden, 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.

Ishockey-VM: Schweiz - Kanada



TV4, 2013-05-05

Beslut 13/01159

I ishockey-VM matchen mellan Schweiz och Kanada så förekom elektroniska skyltar med varumärket Samsung i sex reprisvisningar. Av TV4: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.

Sändningen fälldes även för att det hade satts in ett annonsavbrott under pågående spel, så tv-tittarna missade ett mål. Sändningen stred därför mot inplaceringen av annonsavbrott.

Nämnden ansåg vidare att filmsekvenserna för Nya Samsung smart-tv, Svenska spel och Bauhaus som förekom i anslutning till matchen var reklambetonade och att tillägget "nya" var säljfrämjande. Utformningen av meddelandena stred därför mot bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Under sändningen förekom vid sammanlagt nio tillfällen live-odds från Svenska spel. Nämnden 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.

För överträdelserna beslutade granskningsnämnden att ansöka hos förvaltningsrätten om påförande av en särskild avgift om totalt 500 000 kr, varav 50 000 kr avsåg det felaktigt inplacerade annonsavbrottet, 150 000 kr avsåg de felaktigt utformade sponsringsmeddelandena och 300 000 kr avsåg det otillbörliga gynnandet. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

Gothenburg Horse Show



SVT1, 2013-04-25

Beslut 13/01085

Sändningen var ett sammandrag från världscupfinalen i hoppning – *Gothenburg Horse Show*. 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 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 överenskommit genom EBU:s medverkan normalt bör kunna accepteras. Granskningsnämnden bedömde att skyltarna visats i rimlig omfattning. Visningen av de aktuella skyltarna stred därför inte mot bestämmelsen i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen.

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

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 á 5 sekunder. Den elektroniska skylten syntes i det högra hörnet och förenades inte med ljud. Telia Sonera tillhandahöll de telefon- och dataförbindelser som var avgö-

rande för att genomföra omröstningen och resultatrapporteringen i tävlingen. Sveriges Television fick ingen ersättning för visningen av texten.

Granskningsnämnden ansåg att den elektroniska skylten TeliaSonera är 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 8 kap. 12 § 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 i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen.

Eurovision Song Contest



SVT1, 2010-05-25

Beslut 10/00175

Förekomsten av skyltar med företagslogotyper i samband med att resultat presenterades i *Eurovision Song Contest 2010* var förenlig med bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar.

1.8. Övrigt

1.8.1. Interaktiva tv-sändningar



Digitalsändningarna i eTV

2001-05-14 och 07-11

Beslut SB 398/01

Granskningsnämnden granskade på eget initiativ sändningarna i digital-tv-kanalen eTV mot radio- och tv-lagens annonsbestämmelser. Kanalens sändningar bestod av ett blandat utbud av olika interaktiva tjänster och vanligt programinnehåll. Nämnden 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 annons-signaturer förekom. Vidare konstaterades att reklamskyltar utan annons-signaturer

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 annonsstid 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 granskningsnämnden 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

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 studioliknande 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 annons-sändningar. 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. Andra typer av reklam

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.

1.8.4. Ideella bidrag till programverksamhet

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 kanalernas egen programverksamhet, 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 (8 kap. 16 § och 15 kap. 7 § radio- och tv-lagen).

1.9.1. Reklam för utbildningsmaterial m.m.

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 programverksamhet.

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.

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 "Missa 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 nämnden 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.



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.

The background features a vibrant blue color palette with overlapping, semi-transparent circular shapes. A horizontal dashed white line is positioned above the word 'SPONSRING', and another similar dashed line is located below it. The overall aesthetic is modern and minimalist.

SPONSRING

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

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

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. Sedan den 1 januari 2010 är rätten för SVT att sända sponsrade evenemang begränsad till högst 20 per år.

UR får enligt sitt sändningstillstånd överhuvudtaget inte sända sponsrade program.

2.1.1. Nyhetsprogram

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

Shrek



TV4, 2007-08-17

Beslut SB 695/07

>>> Beslutet refereras i avsnitt 1.2.3. Annonser i anslutning till barnprogram

Nickelodeon Kids Choice Awards



TV4, 2006-01-07

Beslut SB 372/06

>>> Beslutet refereras i avsnitt 1.2.3. Annonser i anslutning till barnprogram

Tsatsiki, morsan och polisen



TV4, 2003-12-12

Beslut SB 824/04

>>> Beslutet refereras i avsnitt 1.2.3. Annonser i anslutning till barnprogram

2.1.3. Public Service

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).

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).

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 nämndens ansökan om att SVT skulle betala en särskild avgift om 175 000 kr för den otillåtna sponsringen av Svenska idrottsgalan 2002. Kammarrätten avslag 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 i Stockholm delade förvaltningsrättens bedömning (kammarrättens mål nr 6949-04).

Programserie om svenska kompositörer



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

Beslut SB 120/02

SR sände under åren 1995–2001 ett hundratal timplånga 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 nämnden 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 nämndens ansökan om att SR skulle betala en särskild avgift om 150 000 kr. Kammarrätten avslag 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.

Eurovision Song Contest 1999



SVT2, 1999-05-29

Beslut SB 366/99

Nämnden granskade på eget initiativ SVT:s sändning från *Eurovision Song Contest 1999* i Jerusalem med utgångspunkt i bestämmelserna om sponsring i sändningstillståndet. Före och efter programmet lämnades sponsringsmeddelanden som SVT hade träffat avtal om och uppburit bidrag för.

Granskningsnämnden konstaterade i sitt beslut 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 i Stockholm delade förvaltningsrättens bedömning. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2469-02).

Melodifestivalen 2002



SVT1, 2002-01-19 och 2002-03-01

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.

Nao Nagano



SVT2, 1998-02-09 och 02-11

Beslut SB 241/98

Varje kväll under OS i Nagano sändes det sponsrade programmet *Nao Nagano* som innehöll sammandrag av dygnets OS-tävlingar, intervjuer, reportage med mera. De tre program som nämnden granskade i ärendet var 90 minuter långa. Av programtiden ägnades mellan 65 och 75 minuter åt sammandrag från OS-tävlingarna, intervjuer med och reportage om tävlande i OS, olika företeelser under OS etc. Programmen i övrigt

bestod bland annat av klipp ur andra tävlingar än OS i Nagano, studiosamtal, tittartävlingar och musik.

Granskningsnämnden konstaterade att bestämmelserna om sponsring hade ändrats den 1 januari 1997 och att sponsring numera fick förekomma i SVT:s sändningar bland annat ”i samband med sportevenemang”. Ändringen fick enligt nämnden antas innebära att SVT:s möjligheter att sända sponsrade sportprogram hade ökat något. Nämnden konstaterade härefter att program med sammandrag av OS-tävlingar kunde sponsras. Den nya formuleringen i tillståndet fick dock anses innebära att programmet dels skulle 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.

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

Floyd i Skandinavien



SVT2, 1998-07-02

Beslut SB 427/98

Nämnden granskade på eget initiativ ett avsnitt av matlagningsserien *Floyd i Skandinavien* i förhållande till bland annat bestämmelserna om sponsring. Programserien hade producerats av ett fristående norskt produktionsbolag. I samband med norska Statens medieförvaltnings granskning av Norsk rikskringkastings sändning av programserien våren 1998 framkom att den norska alkoholproducenten Arcus Produkter AS hade sponsrat produktionen av serien.

Granskningsnämnden ansåg att bestämmelsen i praktiken riktade sig till programföretagen. Eftersom sponsringsbidraget tillfallit det norska produktionsbolaget och inte kommit SVT till del, fann nämnden att programmet inte heller hade sänts i strid med förbudet mot sponsringsbidrag från alkoholproducenter.

2.2.2. Produkter och varumärken

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

2.2.3. Utländska spelbolag

La Liga



TV4 Plus, 2004-10-02

Beslut SB 818/05

Före och efter sändningen av en match i den spanska fotbollsligan lämnades följande sponsringsmeddelande: "La Liga i samarbete med Seat, Unibet Group och 3". Samtidigt med speakertexten visades företagets logotyper.

Granskningsnämnden konstaterade att det inte fanns någon bestämmelse i radio- och tv-lagen eller något villkor i TV4:s sändningstillstånd som hindrade TV4 att låta ett utländskt spelbolag sponsra ett program eller visa ett sponsringsmeddelande med ett utländskt spelbolags logotyp. Nämnden påpekade dock, med hänvisning till ett beslut av Lotteriinspektionen, att TV4 kunde vara förhindrat att sända sponsringsmeddelanden med ett utländskt spelbolags logotyp på grund av annan lagstiftning än radio- och tv-lagen.

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 (7 kap. 4 § första och andra stycket och 15 kap. 10 § radio- och tv-lagen).

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 (7 kap. 4 § tredje stycket radio- och tv-lagen).

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 (7 kap. 5 § första stycket radio- och tv-lagen).

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 (7 kap. 5 § andra stycket radio- och tv-lagen).

2.3.1. Början och slutet på ett program

Äntligen morgon



Mix 107 Umeå m.fl, 2005-09-30

Beslut SB 374/06

I programmet *Äntligen morgon*, som pågick mellan 6.00 och 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 avslog Mix Megapols överklagande av förvaltningsrättens dom (kammarrättens mål nr 5538-07).

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 kr för denna överträdelse. Förvaltningsrätten avslog nämndens ansökan och 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).

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. Härefter följde programmets 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 hade brutit mot kravet på att lämna sponsringsmeddelande i början av programmet.

De fem röda



Radio City 105,9, 1999-07-02

Beslut SB 399/99

I sändningarna förekom ett återkommande inslag kallat *De fem röda*. Inslagen byggde på att fem röda bilar från Radio City åkte runt och anordnade tävlingar på olika platser i Stockholm som lyssnarna kunde delta i. De inleddes med en vinjett, varefter en av tävlingsledarna till exempel sa följande.

Fredag, fredag – oh vad skönt. Det här är De fem röda tillsammans med Stimorol.

Inslagen avannonserades på följande sätt.

Det här är David och Johan i De fem röda tillsammans med Stimorol på Radio City 105,9.

Efter avannonsen följde ett svischljud och därefter ett kort samtal mellan programledaren i studion och tävlingsledaren.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att Radio City Stockholm AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för bland annat det felaktigt placerade sponsringsmeddelandet. Kammarrätten avslog Radio City Stockholm AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 6957-02).

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

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 nämndens 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).

2.4.1. Tilläggsuppgifter och slogans

Som framgått tidigare (avsnitt 2.2.2.) 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



- Mäklarhuset – i goda händer	SB 458/01
- Elon – Sveriges största vitvarukedja	SB 220/04
- McDonald's – Í'm lovin' it	SB 382/04
- GoGreen – hälsosam mat från Axa	SB 817/05
- Scorett – skor för alla tillfällen	SB 333/07
- Wasa solruta – ett nyttigt frukostbröd	SB 092/08

- Bra bil – din Volvo- och Renaulthandlare	SB 175/08
- Elverket – vi ägs av Vallentunaborna	SB 175/08
- Magnidotter Profilprodukter & Presentreklam + kedjelogotyp	SB 425/08
- C3 – scandinavian lifestyle	SB 744/08
- Carlsberg – man of the match	SB 856/08
- McDonald’s – player escort	SB 856/08
- Ice.net – mobilt bredband i hela Sverige	SB 856/08
- Alfr. Johansson Kött & Charkuteri AB – grundad 1884.	SB 977/08
- Väderstad – Vill du växa med oss?	SB 977/08
- Kanalkrogen – Härliga	SB 845/09
- Länsförsäkringar Norrbotten – specialist på villaförsäkring	SB 845/09
- Zendium – en mild tandkräm för familjen	SB 118/10
- C-SAM Kabel-tv – kabel-tv och bredband från eget nät sedan 1992	Dnr 10/00122
- Träffpunkt Tälje – Södertälj-yeah!	Dnr 10/00122
- 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
- Sector Alarm – hemlarm med kamera som standard (“hemlarm” godkändes av nämnden, medan ”med kamera som standard” fälldes)	Dnr 10/01501
- Lernia – kompetens gör skillnad	Dnr 10/01502
- Agria – våra kunder går på fyra ben	Dnr 10/01502
- Mathem.se – din matvarubutik på nätet (“matvarubutik på nätet” godkändes, medan ”din” fälldes)	Dnr 10/01502
- Nordnet – unbank yourself	Dnr 10/01502
- Rusta – mycket inredning	Dnr 10/01502
- Lernia – kompetens gör skillnad	Dnr 10/01502
- Polferries - Upptäck det nya Polen med... (“sjövägen till Polen” godkändes)	Dnr 10/01088
- JM – hus att trivas i	Dnr 10/01088
- Momondo – Hitta flygresor till dina varma upplevelser	Dnr 10/01088
- Skånska Byggvaror – fraktfri hemleverans av dörrar och fönster (“fraktfri” fälldes)	Dnr 11/01385
- Östergården fastighetsförmedling – Din mäklare	Dnr 11/01678
- Professionell Säkerhet i Sverige AB – över hela Sverige	Dnr 11/01678

- ERA – bostadsmäklaren med nöjda kunder enligt svenskt kvalitetsindex (skylt med en guldmedalj med texten ”Nöjdast kunder 2010 första plats”) 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
- SverigePumpen – Luftvärmepumpar installerade med helgaranti Dnr 11/02645
- Värmlands fastighetservice – mer än 25 år i branschen Dnr 11/02748
- 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
- JULA – allt för hemmafixare och proffs Dnr 11/02833
- Aftonbladet – med 14-dygnsprognos i tidningen Dnr 12/00188
- MFF Event på Swedbank Stadion – möten, mässor och möjligheter (”möjligheter” fälldes) Dnr 12/02450
- Supreme Card – med poängshop Dnr 12/02798 och 13/01320
- Hockey-VM - ”nya” och filmsekvenser Dnr 13/01159
- XL Bygg – kunskap och produkter för altanprojekt etc. Dnr 13/01588
- XL Bygg – XL-Byggs bollplank – kunskap och rådgivning för byggprojekt Dnr 13/01588
- Läkerol – i många smaker Dnr 13/02175
- Ipren mjuka kapslar – tas upp snabbare än vanliga tabletter Dnr 13/02175
- Pågen giffjar – i flera smaker Dnr 13/02175
- Eniro – ”sökspécialisterna” och ”vi hjälper dig” Dnr 13/00439
- Krokomp optik – din egen Dnr 14/01284

FRIADE meddelanden



- Bally James Duff’s – puben på Centralen* SB 213/00
- Kestine – allergimedicinen SB 382/04
- Com hem – bredband och tv SB 382/04
- GainoMax recovery – en återhämtningsdryck SB 817/05
- Atkins – produkter med lite socker och kolhydrater SB 705/05
- Maxi Delifresh – nyckelhålmärkta måltider SB 810/06
- Markslöjd – belysning för inne- och utemiljöer SB 333/07
- Hyundai – officiell EM-partner SB 856/08
- McDonalds – Ingen Big Deal –

hamburgare, cheeseburgare och glass	SB 717/09
- Colorama – JP Färghuset i Sundsvall	SB 845/09
- Mysterious – visual illusions and graphical magic. www.mysterious.se	Dnr 10/00122
- Affärskontakten – .se, .com och .nu	Dnr 10/00122
- Lernia – utbildning och bemanning	Dnr 10/01502
- Nordsjö – idé och design	Dnr 11/02749
- Kjell.com – kunskap & tekniktillbehör på nätet	Dnr 12/00804
- 118 100 – nummerupplysning via telefon, internet och sms	Dnr 12/00804
- Bertil.com – bingo och casino på nätet och bingo och spel på internet	Dnr 12/00804

* Fälldes av granskningsnämnden men friades av Kammarrätten i Stockholm

2.4.2. Bild- och ljudillustrationer

Av beslut SB 977/08 framgår att meddelanden för sponsorer som inte bedriver någon kommersiell verksamhet ska vara utformade på ett neutralt sätt. Beslutet gällde sponsringsmeddelanden för en trädgårdsförening, en gymnasieskola och en kommun vilka innehöll stillbilder som anknöt till sponsorernas verksamheter. Nämnden ansåg att meddelandena genom dessa bildillustrationer inte uppfyllde kravet på neutral utformning.

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 kassörskan 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.

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%".

Granskningsnämnden konstaterade att exakt samma meddelande och ett snarlikt meddelande fällts av granskningsnämnden 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 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.

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



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 i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen.

”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 och 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 i 7 kap. 7 § radio och tv-lagen.

”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 avslog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 4720-13).

Sponsringsmeddelanden i TV4



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.

Nämnden 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 inlägg som står i strid med bestämmelsen om utformning av sponsringsmeddelanden.

Sponsringsmeddelanden i 24nt



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, butiken adress samt telefonnummer.

Inslaget i *Nyheter*, som sändes tre gånger mellan kl. 18.00 och 19.00, handlade bland annat om att en ny restaurang skulle öppna i Mirum galleria. I inslaget sa nyhetsuppläsaren bland annat följande.

Så kan vi berätta att sportbaren Stars and Stripes öppnar i Mirum galleria i december. Konceptet för restaurangen är att man vill servera bra mat i en miljö som andas sport. Sen tidigare så finns Stars and Stripes på en rad platser i landet. Bland annat har man barer i Stockholm, Karlskrona och Kalmar.

Granskningsnämnden konstaterade att sponsringsmeddelandet innehöll sponsorn Djurbergs järn- och bygghandels logotyp. Det innehöll dessutom logotyper för olika fackhandelskedjor. Granskningsnämnden 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). Granskningsnämnden 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 i 7 kap. 7 § radio- och tv-lagen. Nämnden ansåg vidare att webbadresserna i sponsringsmeddelandet fick betraktas som neutrala upplysningar om sponsorn som kan godtas.

I nyhetsinslaget om Stars and Stripes uppstod enligt granskningsnämnden ett visst gynnande av den aktuella restaurangen. Nämnden ansåg dock att gynnandet uppvägdes av ett tillräckligt informationsintresse. Inslaget stred därför inte mot bestämmelsen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

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 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 skulle påföras en särskild avgift om totalt 100 000 kr.

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

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, Ipadfodral och Iphoneskal.

"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 sponsorns som kunde godtas.

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.

Idol 2009



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.

2.5. 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.

Förkväll



TV4, 2007-01-22 m.fl. dagar

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 nämnden att granska fem av de sända programmen.

Frågan om indirekt sponsring

TV4 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 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 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 känt till men underlåtit att upplysa publiken om. Det var därför inte visat att det förekommit någon överträdelse av skyldigheten att lämna sponsringsmeddelande.

Frågan om otillbörligt gynnande

I ett av de granskade inlagen 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 nämnden 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).

** Frågan om indirekt sponsring aktualiserades även i SB 396/09 som refereras i avsnitt 3.15. Gynnande av inspelningsplats. Av intresse är även beslut 13/00800 som refereras i avsnitt 3.5. Nya företag och produkter.*

The image features a vibrant blue background with large, overlapping circles in two shades of blue. A horizontal dotted line is positioned above the text. The text is centered and consists of two lines: "OTILLBÖRLIGT" on the top line and "GYNNANDE" on the bottom line. A second horizontal dotted line is positioned below the text.

**OTILLBÖRLIGT
GYNNANDE**

3. OTILLBÖRLIGT GYNNANDE

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

Enligt 5 kap. 5 § och 14 kap. 2 § radio- och tv-lagen får program som inte är reklam 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 granskningsnämnden 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 gynnandet – 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.

3.1. Konsumentupplysning

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. Nämnden 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 kommersiellt 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).

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



Aftonbladet webb-tv, 2012-03-30

Beslut 12/00778

Efter initiativbeslut granskades tre program som tillhandahölls i Aftonbladet webb-tv. Nämnden bedömde inledningsvis att Aftonbladet webb-tv är en sådan beställ-tv-tjänst som omfattas av bestämmelserna i radio- och tv-lagen. Vid bedömningen uttalades att Aftonbladet webb-tv var en särskild tjänst i förhållande till det övriga innehållet på webbplatsen samt att tv-programmen tillhandahölls allmänheten på begäran av användaren, vid en tidpunkt som användaren valde samt att de var sorterade i olika kataloger. Därefter prövades frågan om otillbörligt gynnande och annonssignatur.

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 programmets konsumentupplysande syfte och ansåg att det inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt 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. Programmet stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Två ledamöter var skiljaktiga och ansåg att surfplattan gynnades på ett otillbörligt sätt i programmet.



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. Fyllern 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 namnskyltarna inte var framträdande, ansåg nämnden dock att gynnandet av Vattenfall inte blev otillbörligt.

Enligt definitionen av produktplacering i radio- och tv-lagen så krävs det att det är leverantören av medietjänsten, i detta fall TV4, 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:s uppgifter om att TV4 inte mottagit betalning eller liknande ersättning för att placera en vara, en tjänst eller ett varumärke i marknadsföringssyfte i programmet. Mot den bakgrunden kunde granskningsnämnden inte heller finna att någon produktplacering enligt lagens definition hade ägt rum.

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.

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 köpuppmaning 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 gynandet ansetts motiverat av ett informations- och underhållningsintresse. I följande fall ansåg dock nämnden att exponeringen av de aktuella dryckerna blev alltför framträdande.

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 vodkaflaskan i bild och det uppgavs vad vodka skulle kosta och när den skulle lanseras. Programledaren och en medverkande smakade också på vodkan och uttalade sig positivt om den.

Nämnden ansåg att det skedde en långtgående fokusering på vodkan och att den framhävdades på ett sätt som inte uppvägdes av ett informations- och underhållningsintresse. Mot bakgrund av vad TV4 anfört om att inslaget sändes av misstag ansåg granskningsnämnden att den särskilda avgiften skulle bestämmas till 15 000 kr.

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

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

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).

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.

Kocken X 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 avslög 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 Bengt Frithiofsson 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 Frithiofsson.

Granskningsnämnden konstaterade att inslaget var mycket långt (ca 13 minuter), att det enbart handlade om vinerna i Bengt Frithiofsson Collection och att experterna genomgående omtalade vinerna i mycket positiva ordalag. Nämnden ansåg att den fokusering som förekom på Frithiofsson och hans viner vida överskred vad som kunde motiveras med hänsyn till något informations- eller underhållningsintresse och 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 Frithiofsson 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 avlog 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 nämndens 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 Zlatan Ibrahimovic 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 fotbollspelare 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).

Ring så spelar vi



SR P4, 2011-10-22

Beslut 11/03278

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).

Unni Drougge på Radio 1



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.

Nämnden konstaterar 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 omnämningarna 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.

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).

Dr Phil



TV4 Plus, 2009-07-23

Beslut SB 972/09

Programmet handlade i sin helhet om Dr Phils frus nya bok ”What’s Age Got To Do With It”. Hon berättade om varför hon skrivit boken och hur hon fått inspiration till den. Ett av bokens huvudbudskap var att kvinnor måste prioritera sig själva. 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 uppvägde 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).

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 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 1202-12).

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. Nämnden 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 kungabrällor 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 gynande av boken. Nämnden ansåg att programledarens uppmaning att hålla ”utkik efter den i boklådorna i vår” förstärkte gynandet och därför var diskutabel. Fokus i inslaget var dock inte på den kommande boken och vid en sammantagen bedömning ansåg nämnden att det uppkomna gynandet uppvägdes av ett informations- och underhållningsintresse.

Pang Prego



SR P3, 2009-09-20

Beslut SB 979/09

Samma vecka som SR fälldes för otillbörligt gynande 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 gynande av kokboken. Mot bakgrund av inslagets ironiska och humoristiska karaktär ansåg dock nämnden att någon överträdelse av bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynande inte hade skett i detta fall.

3.3.2. Böcker författade av företrädare för programföretag

Gomorrön Sverige



SVT1, 2011-04-26

Beslut 11/01265

I inslaget intervjuades NN som var aktuell med boken *Kungligt snygg: mäktiga mode-drottningar 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 enligt nämnden ett gynnande av den aktuella boken. Med anledning av det förestående bröllopet i England fanns enligt nämndens mening 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).

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. Inslaget stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Gomorrön Sverige



SVT1, 2011-04-14

Beslut 11/00969

Programledaren och NN, som presenterades som journalist på SVT:s ABC-redaktion, samtalande 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 köppmaning.

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 kommersiellt gynnande inte hade skett i det fallet heller.

3.3.3. Filmer

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-minutersversionen, 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 av kommersiella intressen. 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 reprise-ringar 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 granskningsnämndens ansökan och påförde TV4 AB en särskild avgift om 1 000 000 kr för otillbörligt gynnande av kommersiella intressen (förvaltningsrättens mål nr 43190-10).

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 biograffilmen. I programmen visades ett flertal klipp från biograffilmen. 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 av kommersiella intressen. 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 biografaktuelle 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 bioograferna 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 granskningsnämndens ansökan och påförde TV4 AB en särskild avgift om 1 000 000 kr för otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. Kammarrätten avlog 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 framhävdes på ett otillbörligt sätt. Inslaget stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande.

3.3.4. Skivor

Västerbottensnytt



SVT1, 2011-02-04, kl. 19.15

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 framhävdes 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 skivomslag 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 avlog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1586-10).

Göteborgspatrullen



Kanal Lokal Göteborg, 2007-04-05

Beslut SB 691/07

I programmet *Göteborgspatrullen* förekom ett inslag om ståuppkomikern Magnus Betné och hans nya dvd, "Uncut". I slutet av inslaget stod det "Beställ Uncut på [//www.magnusbetneruncut.com](http://www.magnusbetneruncut.com)" 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 Magnus Betnérs 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 granskningsnämndens ansökan och påförde Kanal Lokal Göteborg en särskild avgift om 15 000 kr för otillbörligt gynnande av kommersiella intressen (förvaltningsrättens mål nr 25767-07).

Festen har börjat



TV4, 2001-05-24

Beslut SB 445/01

Programmet innehöll en studiokonsert 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 samlings-skiva som släpptes till försäljning dagen före sändningen av programmet och i vilken TV4 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).

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.

Agnetha



SVT1, 2004-06-04

Beslut SB 699/04

Programmet var uppbyggt kring en intervju med Agnetha Fältskog, 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. Pro-

grammet innehöll dessutom avsnitt från den musikvideo som framställts i anslutning till skivan och ytterligare filmat material som framställts 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 Agnetha Fältskogs 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 kommersiellt gynnande.

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. Nämnden kunde därför inte finna att programmet var indirekt sponsrat.

3.3.5. *Dataspel*

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

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.

Nämnden 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 av kommersiella intressen.

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 av kommersiella intressen.

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).

TV4Nyheterna



TV4, 2010-02-19

Beslut SB 377/10

Inslaget handlade om att Amelia Adamo 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 tidsskriftdelen av Bonnier. Amelia Adamo, 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. Amelia Adamo 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. En ledamot var skiljaktig och ville fria inslaget.

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).

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.

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

Melodikrysset



SR P4, 2014-09-06

Beslut 14/02182

I ett direktsänt avsnitt av Melodikrysset 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 av kommersiella intressen.

För överträdelsen beslutade granskningsnämnden att ansöka hos förvaltningsrätten om påförande av en särskild avgift om 50 000 kr. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

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. Nämnden 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. Kammarrätten uttalade bland annat följande.

Vid bedömningen av om en särskild avgift ska påföras måste domstolen, utöver de omständigheter som framgår av bestämmelserna i radio- och tv-lagen, även beakta rätten till yttrandefrihet enligt artikel 10 i den europeiska konventionen om skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna. För att ett ingripande mot yttrandefriheten ska vara förenligt med artikel 10 måste det vara proportionerligt. Det bör vidare framhållas att skyddet enligt artikel 10 anses innefatta en relativt stor frihet för media då det gäller vad och hur man väljer att rapportera om olika företeelser i samhället. Bestämmelser som medger begränsningar i yttrandefriheten måste dessutom alltid tolkas strikt. Enligt kammarrättens mening är det aktuella inslaget till sin art i hög grad utformat som information om ett kommande kulturevenemang. De delar av inslaget som behandlar biljettförsäljning och kontaktuppgifter är av begränsad varaktighet och omfattning. I den mån inslaget överhuvudtaget innehåller ett gynnande av kommersiella intressen är det inte heller av den karaktären att det kan anses proportionerligt att påföra en särskild avgift. Det saknas därmed enligt kammarrätten skäl att ålägga Sändarföreningen Enter att betala en särskild avgift (kammarrättens mål nr 145-13).

Granskningsnämnden överklagade domen till Högsta förvaltningsdomstolen som den 5 december 2014 meddelade prövningstillstånd. Den fråga som ledde till att domstolen meddelade prövningstillstånd är om en närradioförening som sänder ett programinslag som ansetts otillbörligt gynna kommersiella intressen ska påföras särskild avgift enligt radio- och tv-lagen. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade Högsta förvaltningsdomstolen ännu inte avgjort ärendet.

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 Radio Stockholm 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.

Trailer för 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 Ålvdalspop, 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 avsåg SR:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2622-06).

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 förbudet mot otillbörligt gynnande.

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 nämndens 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 framhövdes festivalen på ett sätt som innebar ett gynnande av arrangementet. Gynnandet kunde inte anses motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. 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 av kommersiella intressen.

Kristen U-hjälps och Onsdagskicken



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

Beslut 10/00267

Nämnden 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 granskningsnämnden att information om tillståndshavarens eget julbordsevenemang i programmet *Kristen U-hjälps* 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). Granskningsnämnden, 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.

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 av kommersiella intressen.

Radio X



2011-01-29

Beslut 11/00243

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

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

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.

På fråga om det förekommit någon sponsring av programmet från rederiets sida svarade TV4 att programmet producerats av ett produktionsbolag och att det inte förekom någon sponsring som TV4 fått betalt för. Dessutom råder avtalssekretess mellan produktionsbolaget och eventuella samarbetsparter. Granskningsnämnden konstaterade

rade att det, med den information som granskningsnämnden hade tillgänglig, saknades underlag för att bedöma om det förekommit en indirekt sponsring av *Kust och Hav* som TV4 underlåtit att upplysa publiken om. Det var därför inte visat att det förekommit någon överträdelse av skyldigheten att lämna sponsringsmeddelande.

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).

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.

Elfving möter



SR P1, 2008-11-30

Beslut SB 393/09

I programmet intervjuades Ulrica Messing och Torsten Jansson i sitt hem. De berättade om sina liv, kärleken, barn och karriärer. En del av intervjun handlade om att Ulrica Messing 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 uppvägdas av ett tillräckligt informations eller 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 i ärendet (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 2826-11).

Kvällsöppet



TV4, 2008-02-27

Beslut SB 462/08

I ett inslag i *Kvällsöppet* demonstrerade programledarens bisittare NN en ny elektronisk cigarett. Ecigaretten 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 PRkupp.

Granskningsnämnden ansåg att inslaget där NN provade och beskrev ecigaretten 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 överklagade kammarrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1635-10).

P4 Extra



SR P4, 2013-03-18

Beslut 13/00746

I inslaget besöktes programledaren av teknikskribenten NN som rekommenderade ett antal så kallade appar. Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av de aktuella produkterna men att det uppvägdas av ett tillräckligt underhållnings- och informationsintresse. Nämnden ansåg därför att inslaget inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

TV4Nyhetererna – inslag om en applikation



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. Inslaget ansågs därför inte strida mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

Paintballkrig i skolan och Lockar och pockar



Norran TV, 2012-03-27

Beslut 12/00780

Efter initiativbeslut av granskningsnämnden granskades två program som tillhandahölls i Norran TV. *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. Nämnden bedömde inledningsvis att Norran TV är en sådan beställ-tv-tjänst som omfattas av bestämmelserna i radio- och tv-lagen. Vid bedömningen uttalades att Norran TV var en särskild tjänst i förhållande till det övriga innehållet på webbplatsen samt att tv-programmen tillhandahölls allmänheten på begäran av användaren, vid en tidpunkt som användaren valde samt att de var sorterade i olika kataloger. Därefter prövades frågan om otillbörligt gynnande.

Angående *Paintballkrig i skolan* fann nämnden 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 Zlatan Ibrahimovics 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.

TV4Nyheter



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 inlägg 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 kommersiellt gynnande.

Ekonominyheter



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.

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 draggen 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 aeroversion 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 Saabmodellen. 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

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 verksam-

heter. 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 nämnden att fokuseringen på brödernas näringsverksamhet och exponeringen av deras produkter innebar ett otillbörligt gynnande av det aktuella varumärket.

För överträdelsen beslutade granskningsnämnden att ansöka hos förvaltningsrätten om påförande av en särskild avgift om 50 000 kr. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

Nyhetsmorgon – inslag från en mässa



TV4, 2012-11-09

Beslut 12/02340

Inslaget sändes från en mässa 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 kryddblandningspåsarna och det framkom att det gick snabbt att laga. Vidare sades bland annat vad kryddblandningspåsarna 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 av kommersiella intressen.

Förvaltningsrätten biföll granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 50 000 kronor för det otillbörliga gynnandet (förvaltningsrättens mål nr 13/00552).

Tore TV



2012-04-16 – 22 och 04-23 – 29

Beslut 12/01043

Sändningarna innehöll förutom annonser även notiser och intervjuer med företagsrepresentanter från bland annat ett industriområde på en namngiven gatuadress där det redogjordes för vilka tjänster som erbjöds kunderna.

I ett inslag visades företaget GoFix:it AB:s företrädare. Denne berättade om verksamheten, affärsidén och vad som erbjöds kunderna. En bild på företagets skylt visades, vilken innehöll information om företagets tjänster.

Granskningsnämnden ansåg att inslaget om GoFix:it AB medförde ett kommersiellt gynnande av företaget som gick utöver vad som kunde motiveras av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Sändningarna stred därför i dessa delar mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

105,5 RIX FM Stockholm m.fl.



2011-08-01 och 2011-08-02

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. Nämnden ansåg att de granskade inslagen kunde uppfattas som en uppmaning 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. Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att tillståndshavarna skulle påföras en särskild avgift om 100 000 kr vardera för överträdelserna av bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. Förvaltningsrätten biföll nämndens ansökningar (förvaltningsrättens mål nr 13640, 13642, 13643, 13645 och 13646-12).

Vi i Värmland



Kanal 12, 2011-09-05

Beslut 11/02748

I programmet förekom ett inslag om det kommunala bostadsbolaget KBAB:s nya lägenheter. En representant för företaget intervjuades. Programmet innehöll även ett inslag om Selma Spa och vd:n för spaanläggning intervjuades och redogjorde bland annat för olika tjänster som företaget erbjöd sina kunder.

Granskningsnämnden ansåg att utformningen av informationen om lägenheternas höga standard och tillvägagångssätt för intresseanmälning i inslaget om KBAB ledde till ett gynnande av verksamheten som gick utöver vad som kunde motiveras av ett informationsintresse. Även informationen i inslaget om spaanläggningen gick utöver vad som kunde motiveras av ett informationsintresse.

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. Nämnden 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).

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.

Granskningsnämndens 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).

Sverige vid sidan av stora vägen



Öppna Kanalen i Göteborg, 2008-12-19

Beslut SB 685/09

I programmet besökte en reporter olika företag och sevärigheter i Halland. Vid besök på ett mejeri och ett fiskföretag såg man företagets namn och logotyper på de intervjuade företrädarnas kläder under stora delar av intervjuerna (40 sekunder respektive drygt en

minut). Företrädare för en golfbana och en campinganläggning fick utförligt berätta om anläggningarna.

Granskningsnämnden ansåg att exponeringen av namnen och logotyperna i inslagen från mejeriet och fiskföretaget gick utöver vad som kunde godtas. Nämnden konstaterade också att företrädarna för golf och campinganläggningarna utförligt fick berätta om vad de hade att erbjuda. Eftersom det i inslagen dessutom förekom reklamliknande bilder från anläggningarna stred också dessa inslag mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

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 avsåg TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1585-10).

Sofis mode



Aftonbladet TV, 2006-06-20--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 program-

men 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 köpuppsmaningar 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).

Förkväll



TV4, 2007-01-22 m.fl.

Beslut SB 333/07

Granskningsnämnden ansåg att det uppkom ett otillbörligt gynnande av Apoteket i ett av programmen.

>>> Beslutet refereras i avsnitt 2.5. Indirekt sponsring

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.

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 före-

tagets 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 programmets längd, utformning samt speakerns säljfrämjande och okritiska kommentarer, gick utöver vad som kunde accepteras.

Morronrock



106,3 Rockklassiker Jönköping, 2013-02-07, kl. 6.00–10.00

Beslut 13/00441

Under sändningarna av *Morronrock* pågick en uppladdning för en tävling som skulle ske dagen efter på T-centralen i Stockholm. Tävlingen 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 kr från Clas Ohlson. I sändningarna talade programledarna om ficklampan och tävlingen vid två tillfällen. De nämnde ficklampans namn och att vinstpriset var "galet". I sändningarna förekom även ett meddelande vid två tillfällen som informerade om tävlingen 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 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.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att SBS Radio AB ska betala en särskild avgift om 30 000 kr för det otillbörliga gynnandet. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

Mix Megapol Södra Skåne och Norra Skåne



2013-02-07 och 02-08, kl. 6.00–10.00 samt 2013-02-09, kl. 9.00–16.00

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. Nämnden ansåg att omnämmandena var ett

framhävande av företagen. Meddelandet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

I sändningarna förekom en tävling med namnet *Jackpot Joy i Mix Megapol*. Tävlningen gick ut på att en inbjuden gäst skulle gissa artisten till en låt som spelades upp. För varje rätt svar fick tävlingsdeltagaren 100 kr att spela för på jackpotjoy.se. Jackpot Joy nämndes vid ett flertal tillfällen i tävlingen. Enligt nämnden innebar omnämmandet 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.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att SBS Radio AB ska betala en särskild avgift om 40 000 kr för det otillbörliga gynnandet. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

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 programmets 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.

Granskningsnämnden konstaterade att det inte förekom några direkta köppuppmaningar av produkter eller tjänster i programmen. Granskningsnämnden 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. Granskningsnämnden 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. Tre av ledamöterna ansåg att inslaget med representanterna från Lernia innebar ett otillbörligt gynnande. Två ledamöter ansåg att även inslaget med representanterna från Nordnet innebar ett otillbörligt gynnande.

Nämnden uttalade att det saknades anledning att ifrågasätta TV4:s uppgifter om att det var ett produktionsbolag som producerat programmen och att TV4 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).

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. Inslaget stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Två ledamöter var skiljaktiga och ville fälla inslaget.

Rapport



SVT1, 2012-06-04, kl. 6.30 och 7.00

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. Inslagen stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

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



DN webb-tv, 2012-03-30

Beslut 12/00779

Nämnden bedömde inledningsvis att DN webb-tv är en sådan beställ-tv-tjänst som omfattades av bestämmelserna i radio- och tv-lagen. Vid bedömningen uttalades att DN webb-tv var en särskild tjänst i förhållande till det övriga innehållet på webbplatsen samt att tv-programmen tillhandahölls allmänheten på begäran av användaren vid en tidpunkt som användaren valde och var sorterade i olika kataloger. Därefter prövades frågan om otillbörligt gynnande.

Guldrakegalan 2012

Galan arrangerades av Dagens Nyheter. I programmet visades hur representanter från Dagens Nyheter delade ut priser till krogar och barer i Stockholm. Nämnden 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 det aktuella företaget pågick ansåg nämnden dock med viss tvekan att inslaget inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. En ledamot var skiljaktig och ville fälla inslaget.

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 samtalande 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 eldsjälens 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.

Nämnden 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 omdömen 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.

Ost och skinka på italienska



SVT2, 2009-04-11

Beslut SB 785/09

Programmet handlade främst om den italienska hårdost som betecknas som ParmigianoReggiano och som i Sverige ofta går under benämningen parmesanost. ParmigianoReggianos 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 ParmigianoReggiano 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 "äkta" ParmigianoReggiano. 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 uppvägdes av ett informations och underhållningsintresse.

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 kvinnoröst 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.

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. Skytlarna 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 reportagens 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.

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 vit rutiga 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 beslutet SB 198/00 i avsnitt 1.2.3. Annonser i anslutning till barnprogram

3.8. Varumärkesexponering

När sändningarna 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

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 rådde över vilket medförde att det ställdes 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).

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 nämndens 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 framhävdes därmed på ett otillbörligt sätt i strid med 5 kap. 5 § i radio- och tv-lagen. Vad SVT hade anfört om att intervjun genomfördes i en miljö där SVT inte rådde över omständigheterna på samma sätt som i en studiontervju, medförde inte någon annan bedömning.

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 framhävdes 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. Nämnden ansåg därför att inslaget inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Rapport



SVT1, 2010-12-14

Beslut 10/01431

Det cirka två minuter långa inslaget handlade om en domstolsförhandling i London vid vilken frågan om Julian Assange 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 framhävdes 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.

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

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 framhävdes på ett otillbörligt sätt i och med att kommentatorn stod placerad framför skärmen. Det uppkomna gynlandet var inte motiverat av ett informations- eller underhållsintresse och inslaget stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

** Nämnden prövade en liknande situation i SB 95/08 som behandlade ett inslag i Gomorron Sverige om en EM-kvalmatch 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. Gynlandet var inte motiverat av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.*

SLTV



2010-12-17

Beslut 10/00122

Inför visningen av en barnteaterföreställning intervjuades en av skådespelarna i sin loge. Under intervjun syntes i bakgrunden ett kylskåp med Coca-Colas logotyp. Varumärket exponerades tydligt helt eller delvis under cirka fyra minuter. Granskningsnämnden ansåg att det visserligen fanns ett stort informations- och underhållningsintresse i att intervjua en skådespelare direkt inför ett scenframträdande i en autentisk miljö, men att det borde ha varit möjligt att genom en varsammare utformning av inslaget undvika delar av den varumärkesexponering som uppkom. Nämnden fann därför att inslaget stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

>>> Beslutet refereras även i avsnitten 1. Reklam och andra annonser m.m. och 3.16. Övrigt

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 seglartävlingen. 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 un-

der 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).

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.

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 karakteristiskt 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 Clogotypen 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. Enligt SVT hade logotypen på verktygsstället under seriens gång ersatts av programmets logotyp.

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. I inslaget berättade sverigechefen för Pokerstars hur företaget spannar vidare på konkurrensen mellan de båda skidåkarna för att skapa uppmärksamhet genom att även bjuda in A som gillade att spela poker men som bolaget inte hade något formellt samarbete med. Under inslaget syntes Pokerstars logotyp på B:s kläder och runt tennisplanen där längdåkarna spelade. Reportern berättade bland annat att C var där för att delta i showen och att sponsorbanderollerna som skulle sitta runt tennisbanan varit försenade. I inslaget visades när banderollerna 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. Inslaget stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Nyhetsmorgon



TV4, 2009-04-05

Beslut SB 783/09

I inslaget intervjuades kronprinsessan Victoria 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 varsammare 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.

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 fyrhjulsdraft.

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.

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.

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.

Melodifestivalen 2008



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 rådde 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.

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.

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 CocaColas logotyp framför sig. Glasen exponerades i bild under sammanlagt mellan fyra och fem minuter i varje program.

TV4 framhöll i sitt yttrande att det rörde sig om ett inköpt utländskt program som TV4 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 CocaCola i de granskade avsnitten av *American Idol* gick utöver vad som kunde godtas.

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 studio. Granskningsnämnden konstaterade att TV4 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

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 uppvägde den omfattande exponeringen av flygbolaget. Programmet stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt 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).

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 CDspelare, en mobiltelefon, CDskivor, 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.

* Granskningsnämnden 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.

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 rym-

marparen 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 kr. Kammarrätten satte ned beloppet ytterligare till 250 000 kr (kammarrättens mål nr 343-04)

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 produkt-placering enligt radio- och tv-lagens definition hade därför inte ägt rum.

Solsidan



TV4, 2011-02-06 och 2011-03-06

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 programmets handling och karaktär, inte gick utöver vad som var motiverat av ett underhållningsintresse.

Granskningsnämnden ansåg vidare att det saknades anledning att ifrågasätta TV4:s uppgifter om att det var ett produktionsbolag som producerat programmen, och att TV4 inte hade mottagit betalning eller liknande ersättning för att exponera varor eller tjänster i programmen. Mot den bakgrunden konstaterade granskningsnämnden 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 namnskyltarna. Eftersom laget hette LDB FC Malmö ansåg nämnden att det inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande att visa skyltarna 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 uppvägdes enligt nämnden av ett tillräckligt stort informations- och underhållningsintresse.

Oprah Winfrey Show



TV4, 2003-05-21

Beslut SB 614/03

I programmet fick en familj och en 12årig flicka hjälp av programledaren och en professionell inredare att göra om sitt vardagsrum respektive sovrum. Utgångspunkten var att allt som behövdes för inredningen av de två rummen skulle inhandlas på ett lågpris-företag. Programledaren och inredaren besökte en butik och köpte olika inredningsprodukter och man fick också se dem göra beställningar via företagets hemsida.

Enligt granskningsnämnden innebar programmet en mycket långtgående fokusering på företaget och dess heminredningssortiment. Eftersom företaget inte var etablerat i Sverige kunde nämnden dock inte finna att sändningen av programmet i TV4 innebar ett gynnande av företaget i strid med bestämmelsen i radio- och tv-lagen.

3.9. Vinstpresentationer

Enligt gällande praxis har omnämning av företagsnamn och varumärken eller förekomst av varumärken i bild vid vinstpresentationer ansetts innebära ett otillbörligt gynnande (se till exempel beslut 14/00439 och 440 i avsnitt 3.6.). Nämnden 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-/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 omnämning i neutrala ordalag av produktbeteckningen kan accepteras trots att beteckningen innehåller varumärket. Exponeringen får dock självfallet 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.

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 stycken bilar. Vinsterna presenterades av Bosse "Bildoktorn" Andersson 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 uppvägde det gynnande som uppkom genom den rullande textremsan. Granskningsnämnden 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).

The Voice Christmas Crib och Reklamfri eftermiddag



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 framhävdes på ett otillbörligt sätt och att detta inte uppvägdes av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse.



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 Jerry Williams, Magnus Carlsson, Jessica Folcker, Agnes Karlsson, Dea Nordberg, Mats Ronander 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 Abbaquiz 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.

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 avslog SR:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 3364-08).

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 innebär 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).

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 innebär ett gynnande av företaget men att det mot bakgrund av vad SR anfört i sitt yttrande får anses motiverat av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Programmet stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Två ledamöter var skiljaktiga och ansåg att det genom omnämningarna och det värderande omdömet uppstod ett kommersiellt gynnande av företaget som inte uppvägdes 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 Lars Wallin-klänning. 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 Lars Wallin-klänning presenterades av programledaren och Lars Wallin. 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. Nämnden ansåg att det gynnande som uppstod motiverades av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse. Uppvisandet av Lars Wallin-klänningen stred inte heller mot denna bestämmelse. Nämnden ansåg att det fick anses föreligga ett tillräckligt informations- och underhållningsintresse som uppvägs det gynnande som uppkom genom den rullande textremsan. Granskningsnämnden beaktade att informationen var kort och neutralt utformad.

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 50talsdesign. 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.

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. Vägörenhet

RIX Morron-Zoo



92,4 RIX FM Skellefteå, 2005-10-24

Beslut SB 219/06

Programledarna hade under veckan samlat in pengar till Cancerfondens Rosa Bandet-kampanj. 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).

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.

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 Järnväggsgatan, 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 omnämnandena av secondhandbutikerna ett otillbörligt gynnande.

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 företaget NN 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 kr. 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 kan accepteras med hänsyn till informations- och underhållningsintresset.

Postkodmiljonären



TV4, 2005-12-17 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.

3.11. Hänvisning till webbplats

Information om Facebook samt trailer för annans program



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.

Efter informationen 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.

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. Nämndens ordförande var skiljaktig och ansåg att samtliga inslag skulle frias.

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 Radio Vallentuna.

* Liknande nyhetssändningar som avslutades med en hänvisning till TV4:s webbTVkanal nyhetskanalen.se har också fällits av nämnden (SB 174/09 m.fl.).

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).

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 programmets 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.

Ring P1



SR P1, 2009-07-17

Beslut SB 884/09

I slutet av programmet presenterade programledaren de som hade arbetat med sändningen och sa avslutningsvis följande.

Jag heter Täppas Fogelberg och mig träffar du på tappas.se förresten, men Ring P1 fortsätter, 099-510 10, forever.

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. Två ledamöter var skiljaktiga och ville fälla inslaget.

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 kommersiellt gynnande.

Äntligen hemma



TV4, 2004-09-28 och 10-05

Beslut SB 94/05

Äntligen hemma var ett program i TV4 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 finns att tillgå på hemsidan. Nämnden ansåg att dessa hänvisningar inte stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

3.12. Redaktionellt samarbete

Matplan



24Norrbottnen, 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 24Norrbottnen 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.

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 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 företagens 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 nyhets-sändningen inte anses ha otillbörligt gynnat kommersiella intressen.

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 TVskärmar 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 av kommersiella intressen.

3.13. Program med tidningsnamn

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 kommersiellt 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 finanstidningen 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 sponsor

105,5 RIX FM Stockholm m.fl.”



2011-08-01 och 2011-08-02

Beslut 11/02785 – 02789

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

Pro-Am Poker Equalizer



TV4 Sport, 2008-08-175

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 olika 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 varumärkes-exponering 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 avslög 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

Livets goda



TV Åre, 2002-01-02

Beslut SB 676/02

Granskningsnämnden ansåg att kabelkanalen TV Åre bröt mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande genom att i programmet *Livets goda* på ett omfattande sätt exponera både produkter och varumärken från företaget Milko som även var sponsor av program-

met. Programnamnet Livets goda var också namnet på en receptsamling sammanställd av nämnda företag.

Förvaltningsrätten biföll delvis granskningsnämndens ansökan om att TV4 AB skulle betala en särskild avgift om 25 000 kronor för det otillbörliga gynnandet men satte ned beloppet till 20 000 kr (förvaltningsrättens mål nr 23728-02).

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.

3.15. Gynnande av inspelningsplats

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 nämnden 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 anser 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.

Nämnden beslutade att ansöka hos förvaltningsrätten om att SR ska betala en särskild avgift om 25 000 kr för det otillbörliga gynnandet. Vid tidpunkten för publiceringen av denna skrift hade förvaltningsrätten ännu inte avgjort ärendet.

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 avlog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 6841-11).

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: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 avlog TV4 AB:s överklagande av förvaltningsrättens dom. Högsta förvaltningsdomstolen meddelade inte prövningstillstånd (Högsta förvaltningsdomstolens mål nr 1603-12).

Morrongänet



Mix Megapol Radio City, 2008-12-12

Beslut SB 394/09

Delar av sändningarna skedde från ett bemanningsföretag som vunnit en "lussemorgon med *Morrongänet*". 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 inspelingsmiljön. 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).

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 fällits för liknande gynnanden av restauranger (SB 366/04 och SB 869/05).

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.

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. Nämnden bedömde inledningsvis att 24HD Play är en sådan beställ-tv-tjänst som omfattades av bestämmelserna i radio- och tv-lagen. Vid bedömningen uttalades att 24HD Play var en särskild tjänst i förhållande till det övriga innehållet på webbplatsen samt att tv-programmen tillhandahölls allmänheten på begäran av användaren, vid en tidpunkt som användaren valde och var sorterade i olika kataloger. Därefter prövades frågan om otillbörligt gynnande. Nämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av Luleå Airport i programmen men att detta inte gick utöver vad som får accepteras. Programmen stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

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.

3.16. Övrigt

Lokal-TV Uddevalla



2011-09-05

Beslut 11/02828

Den granskade sändningen bestod av olika program och en återkommande slinga som innefattade programtablå, kommuninformation, fotografier och övrig medlemsinformation i form av stillbilder. Medlemsinformationen innehöll information om medlemmarnas namn, logotyper, kontaktuppgifter och information om aktiviteter i verksamheterna.

Nämnden konstaterade att företaget Veteranpoolen inte var medlem i kabelsändarorganisationen vid granskningstillfället och ansåg därför att utformningen av informationen med tilläggen "Vi är din hjälp i vardagen" och "Husfix i hus och trädgård" var att be-

trakta som reklam. Nämnden fann därför att överträdelse hade skett av bestämmelsen om förbud för en förordnad lokal kabelsändarorganisation att sända reklam.

Vidare ansåg nämnden att det måste finnas möjlighet för en lokal kabelsändarorganisation att informera om vilka som är medlemmar i organisationen. I den aktuella sändningen förekom långtgående marknadsföring av vissa evenemang i medlemsskyltarna. Detta gällde exempelvis Riksteaterns skylt där hänvisning gjordes till en specifik föreställning samt när och var biljetterna släpptes. Nämnden ansåg därför att dessa uppgifter medförde att informationen om evenemanget blev säljfrämjande och fick en annonsliknande karaktär som gick utöver vad som kunde motiveras av informationsintresset och därmed stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Kanal Norrköping



2011-09-11

Beslut 11/02826

Mellan programmen i sändningen sändes en slinga med bland annat nyhetstelegram utan ljud. På bildens högra sida fanns också medlemsinformation i form av logotyper under rubriken "I samarbete med", där ett meddelande för en bostadsförvaltare hade tillägget "din bostad – vår angelägenhet". Granskningsnämnden konstaterade att meddelandena under rubriken "I samarbete med" inte avsåg att förmedla information om sponsorer utan en presentation av medlemmarna i Kanal Norrköpings verksamhet. Nämnden ansåg vidare att tillägget "din bostad – vår angelägenhet" i medlemsinformationen påminde om en slogan och därmed var säljfrämjande.

Sundskanalen



2011-06-15

Beslut 11/01675

Sundskanalen erbjöd i sina tv-sändningar informationsplats i en slinga för icke-kommersiella organisationer som var medlemmar i Sundskanalen. Nämnden uttryckte att det måste finnas möjlighet för ett lokalt kabelsändarföretag att informera om vilka som är medlemmar. Denna information får dock inte utformas på sådant sätt att den innebär ett gynnande som går utöver intresset av att informera om medlemskapet.

I bildslingan som visades i bild förekom en skylt om BGK Viskan som innehöll öppettider, adressuppgifter och en uppmaning att besöka bangolfverksamheten. Granskningsnämnden konstaterade att verksamheten riktade sig till allmänheten. Organisationen bedrev således en form av affärsverksamhet i konkurrens med andra bangolfbanor. Nämnden ansåg att det uppkom ett gynnande av verksamheten som gick utöver informationsintresset.

I slingan förekom även information om en loppmarknadsverksamhet, arrangerad av föreningen Framtid, med adressuppgifter och öppettider. Granskningsnämnden, som tog

del av information på föreningen Framtids webbplats, ansåg att det framstod på webbplatsen som att "loppmarknaden" bedrevs som en second-hand butik. Denna verksamhet sågs därför som en affärsverksamhet i konkurrens med andra second-hand butiker. Det gynnande som uppstod gick även i detta fall utöver vad som kunde motiveras av ett informationsintresse.

SLTV



2010-12-17

Beslut 10/00122

Två inslag inleddes med texten "föreningsinformation". I det ena inslaget visades under cirka en minut bilder från Friluftsrådgivningens verksamhet i en skidbacke. En speakerröst sa följande.

Det här är första snön som har fallit i Södertälje nu, lördagen den 14 november tack vare ett entusiastiskt gäng som har fixat railjam. Och ni som tyckte det här var kul med snowboard och rail och så, ni har chansen att haka på Ragnhildsborgsbacken. Prova på! Det är bara att komma, med eller utan bräda. Vi hyr ut brädor och kängor och ni kan ta en nybörjarlektion. En timmes instruktion i backen. Och sen, om ni gillar det, så kör vi en femveckorskurs som börjar lördagen den 16 januari. Så kör vi på i fem veckor. [...] Kolla in på Ragnhildsborgsbacken, www.ragnhildsborgsbacken.se.

Inslaget var delvis textat. I texten angavs telefonnumret till Ragnhildsborgsbacken.

I det andra inslaget visades en skylt med information om Södertälje orkesterförenings supé med dans på Trombon. Uppgifter lämnades om meny och pris samt tid och plats för försäljning av biljetter.

Granskningsnämnden konstaterade att såväl Friluftsrådgivning som Södertälje orkesterförening var ideella föreningar och, såvitt nämnden kunnat utröna, även medlemmar i Södertälje lokal-tv förening. Informationen i inslagen var dock, enligt nämndens mening, att betrakta som köpuppsmaningar och erbjudanden om tjänster riktade till allmänheten. Inslagen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

>>> Beslutet refereras även i avsnitten 1. Reklam och andra annonser m.m. och 3.8.2. Varumärken i inspelningsmiljön

Mix Megapol 104,2 Umeå



2009-11-02 – 04

Beslut SB 305 – 315/10

Granskningsnämnden granskade på eget initiativ elva Mix Megapol-stationers morgonsändningar den 2–4 november 2009. 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 resebyrån och reseförsäkringsbolaget att det uppkom ett gynnande som stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Tio av de 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 kr. Kammarrätten biföll den ansökan som rörde Mix Megapol i Stockholm, den kanal som hade flest lyssnare, och fastställde den särskilda avgiften till 325 000 kr i det fallet. I de övriga tio fallen bifölls ansökningarna endast delvis och avgiften sattes ned till 5 000 - 100 000 kr 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).

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.

Örebro När-TV



2006-09-15

Beslut SB 211/07

Örebro När-TV sände en bildslinga med information om olika verksamheter och evenemang. I slingan visades bland annat bilder på och öppettider för en secondhandbutik samt webbadress och telefon nummer till en fastighetsmäklare. Kanalen uppgav i yttrande att de aktuella företagen var medlemmar i Örebro När-TV.

Granskningsnämnden ansåg att det måste finnas möjlighet för ett lokalt kabelsändarföretag att informera om vilka som är medlemmar, men att denna information inte får utformas på sådant sätt att den innebär ett gynnande som går utöver intresset av att informera om medlemskapet. Det måste också framgå att de företag som omnämns är medlemmar i sändarföretaget. Nämnden konstaterade att det i bildslingan inte framgick att ägaren till butiken och fastighetsmäklaren var medlemmar i Örebro När-TV. Enligt nämnden uppkom det ett gynnande av de båda företagen som inte motiverades av ett tillräckligt starkt informations- eller underhållningsintresse.

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).

Rally



SR P3, 2001-11-02

Beslut SB 244/02

I ett inslag samtalade några personer i studion i en lättsam 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.

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. Programmet stred därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Nyhetsmorgon och Vinnare V75



TV4 och TV4 Plus, 2010-04-10

Beslut 10/00118

I inslagen *Gert på Rixvägen* träffade Gert Fylking, radioprofilen och grundaren 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.

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 telefon-typ 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.

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 [restaurangens 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.

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.

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 Julialegenden 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 sänt 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 över vad som kunde godtas med hänsyn till informations- och underhållningsintresset.

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 Colakulten. 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 affärn 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 Colakulten. Benämningen hade stor likhet med namnet på den verkliga läskedrycken CocaCola. Nämnden ansåg dock inte att omnämningarna gjordes i ett sådant sammanhang att det uppkom ett gynnande av det verkliga varumärket.

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 löjeväckande. 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. Två ledamöter var skiljaktiga och ville med hänsyn till att det var fråga om ett barnprogram fälla SR.



TV4, 2006-06-18

Beslut SB 694/06

Programmet innehöll kommentarer och reportage om fotbolls-VM för herrar. Programledaren hänvisade till en omröstning på TV4:s webbplats som visades under 13 sekunder på en storbildsskärm i studion. Den var delvis skymd 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.



PRODUKTPLACERING

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 verksamhet är att tillverka eller sälja alkoholdrycker eller tobaksvaror,
- receptbelagda läkemedel och sådan medicinsk behandling som bara är tillgänglig efter ordination, eller
- modersmjölksersättning.

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. (6 kap. 1-4 §§ radio- och tv-lagen) SVT och UR får enligt sändningstillstånden inte sända program där produktplacering förekommer.

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.

Lust, svett och tårar



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

Beslut 11/02749 och 02750

Programmet *Lust, svett och tårar* som sändes i UNT föregicks av texten "Programmet innehåller produktplacering". Nämnden fann inte anledning att ifrågasätta vad programföretaget uppgett om att uppgörelsen om produktplacering ingåtts mellan tillståndshavaren för 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.

Sändningen av samma program i 24Norrbotten föregicks av texten "Programmet innehåller produktplacering". Av ärendet framgick att tillståndshavaren för 24Norrbotten 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.

Förkväll



TV4, 2010-12-06 och 12-09

Beslut 10/01502

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

Energipiset



TV4, 2010-12-06

Beslut 11/01755

>>> Beslutet refereras i avsnitt 3.1. Konsumentupplysning

Drottningoffret



SVT, 2010-12-27

Beslut 11/00467

>>> Beslutet refereras i avsnitt 3.8.3. Annan varumärkesexponering

Solsidan



TV4, 2011-02-06 och 2011-03-06

Beslut 11/00368

>>> Beslutet refereras i avsnitt 3.8.3. Annan varumärkesexponering

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: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 uppgav att det inte förekom produktplacering i programmet. Däremot hade TV4 ett samarbete med Svenska Spel som dels innebar att Svenska Spel köpt reklam och sponsringsskyltar, dels gav TV4 rätt att göra inslag med Svenska Spels produkter. Den trisslott som skrapades i programmet, och som var helt central för inslaget, kunde enligt granskningsnämndens 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:s redogörelse för avtalet med Svenska Spel uppfattades av granskningsnämnden så som att Svenska Spel inte hade betalat eller på annat sätt ersatt TV4 för att trisslotsdragningen skulle äga rum i det aktuella programmet. Granskningsnämnden 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 företagets 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 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 § 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 överträdelse av vissa av radio- och tv-lagens bestämmelser.

Konsumentverket/KO

Box 48, 651 02 KARLSTAD

Besöksadress: Tage Erlandergatan 8A

Tel: 0771-42 33 00

konsumentverket@konsumentverket.se | www.konsumentverket.se

Programregister

SR

Carlsson & Co **131**
Chillaming **141**
Dafo och hans underbara värld **143**
Elfving möter **85**
Elfving på Grand **135**
God morgon Stockholm **80**
Husmorsskolan hemma hos Underbara Clara **140**
Klämdagshjälpen med Nour och Linnea **99**
Lur i P4 **126**
Melodikrysset **78**
Meny **67**
Morgonen **134**
Morgon i P5 **118**
Musikhjälpen **123**
Nordegren i P1 **78, 141**
P1 Debatt **83**
P3 Musik **74**
P3 Nyheter **88**
P4 Extra **86, 138**
P4 Extra med Lotta Bromé **119**
Pang Prego **68**
Programserie om svenska kompositörer **39**
Rally **139**
Ring P1 **126**
Ring så spelar vi **65**
Ring så spelar vi och Förmiddag **124**
Schulman i P1 **70**
Solsting **61**
Sommar i P1 **100**
Stil **99**
Trailer för konsert **81**
Veckans njutning **142**
Vetenskapsradion: Historia **68**

SVT

Agnetha **74**
Bosse Bildoktorn **108**
Design/365 **102**
Disneydags **142**
Drottningoffret **114, 147**
Eurovision Song Contest 1999 **39**
Eurovision Song Contest 2013 **28**
Eurovision Song Contest **29**
Fashion: Modegala i Paris **100**
Floyd i Skandinavien **41**

Gokväll **66**
Gomorrön Sverige **59, 69, 70, 92**
Gothenburg Horse Show **28**
Hockeykväll **38**
Information om SVT HD **34**
Inför Svenska Idrottsgalan **121**
Inslag om Radiohjälpen **122**
Inslag om SVT Play i mobilen **140**
Julkonsert: Sånger för livet **111**
Kampen mot krypen **101**
Kontroll **75**
Landet runt **102**
Made in Italy **94**
Matiné: Sommarnattens leende **25**
Matiné: Försök inte med mig **25**
Melodifestivalen 2002 **40**
Melodifestivalen 2008 **111**
Mittnytt **67**
Nao Nagano **40**
Nordea Masters **27**
Ost och skinka på italienska **101**
Packat & klart **110**
Rapport **97, 98, 105**
SVT Play **104**
Salve **32**
Skeppsholmen **108**
Sportnytt **64**
Sportspegeln **106, 107**
Snowmagasinet Richter **38**
Stjärnor hos Babben **114**
Stjärnorna på slottet **112**
Svenska idrottsgalan 2002 och 2003 **38**
Tack Håkan – trailer från Radiotjänst i Kiruna **33**
Teckenlådan **102**
Tjejen som inte kunde förlora **104**
24 Direkt **110**
The Hour **25**
Tillsammans för världens barn **117, 120**
Trafikmagasinet **89**
Tvärsnytt **81**
Veckans Brott **72**
Vinterstudion **109**
Västerbottensnytt **72**
Västnytt **83, 105**

TV4 AB

Advokaterna [132](#)
Alfred och Hajen som visste för mycket [16](#)
American Idol [111](#)
Annons för Hjärt-Lungfonden [24](#)
Bakom Änglavakt [71](#)
Bingolotto [112, 119](#)
Conan O'Brien [18](#)
Dr Phil [66, 115](#)
Energitipset [11, 60, 147](#)
Efter tio [69](#)
Ekonominyheterna [88](#)
Exklusivt Ekwall [62, 106](#)
Festen har börjat [74](#)
Fredsmäklaren [16](#)
Fångarna på fortet [19](#)
Förkväll [54, 94, 96, 147](#)
Göta kanal 3 – bakom kulisserna [71](#)
Ishockey: Slutspel 2011 [20](#)
Ishockey-VM: Schweiz - Kanada [27](#)
Jeopardy [120](#)
Kaffets värld [131](#)
Kalla fakta special [19](#)
Kust och Hav [84](#)
Kvällsöppet [86](#)
Köpa hem [125](#)
La Liga [128](#)
Madicken på Göta Lejon [21](#)
Malou möter Carola [18](#)
Morden i Sandhamn [17](#)
Nickelodeon Kids Choice Awards [22, 37](#)
Nyhetsmorgon [63, 73, 89, 90, 94, 109, 112, 140, 148](#)
Nyhetsmorgon lördag [106](#)
Oprah Winfrey Show [113, 116](#)
Pokémon [20](#)
Polar Music Prize [17](#)
Position X [113](#)
Postkodmiljonären [123](#)
Pro-Am Poker Equaliser [130](#)
Programpresentation m.m. [127](#)
Påtaglig fara [15](#)
QX Gaygalan [110](#)
Reklamslag för AMF Pension [30](#)
Robinson [146](#)
Rädda menige Ryan [15](#)
Sagan om ringen [14](#)
Semestersvenskar [132](#)
Shrek [21, 37](#)
Solsidan [114, 148](#)

Sponsringsmeddelanden **42-44, 48, 50-54**
Tipslördag **115**
Trailer för Canal+ **33**
Tsatsiki, morsan och polisen **16, 22, 37**
TV4Nyheterna **18, 77, 87, 88**
Vinnare V75 **140**
VM-studio **144**
Yu-Gi-Oh **103**
Äntligen hemma **61, 93, 127**

Övriga radiosändningar

NÄRRADIO

Estrad **79**
Kanon FM **31**
Kristen U-hjälp och Onsdagskicken **83**
Radio Krokomb **82**
Radio S **10**
Radio Sölvesborg **122**
Radio Vallentuna **80, 118, 125**
Radio X **83**

KOMMERSIELL RADIO

105,5 RIX FM Stockholm m.fl. **91, 130**
106,7 Rockklassiker **84**
De fem röda **44**
Easy 107,5 **134**
Mix Megapol **11, 76, 95, 138**
Morrongänget **133**
Morronrock **62, 95**
Rix Finanstips **37**
Rix Morron Zoo **121**
The Voice Christmas Crib och Reklamfri eftermiddag **117**
Unni Drougge på Radio 1 **65**
Vakna med the Voice **92**
Äntligen morgon **43, 63, 139**

Övriga tv-sändningar

Digitalsändningarna i eTV [29](#)

Festival-TV [77](#)

Göteborgspatrullen [73](#)

Kanal Global – information om Facebook samt trailer för annans program [124](#)

Kanal Norrköping [136](#)

Livets goda [130](#)

Lokal-TV Uddevalla [135](#)

Lust, svett och tårar [13](#), [147](#)

Matplan [128](#)

Morrongänget [129](#)

Nordisk TV Mission m.fl. [31](#)

Nyheter i 24nt [85](#)

SLTV [10](#), [107](#), [137](#)

Sofis mode [93](#)

Sponsringsmeddelanden i 24nt [51](#)

Sundskanalen [136](#)

Sverige vid sidan av stora vägen [92](#)

The Economist [129](#)

Tore TV [12](#), [90](#)

Tvins.com [12](#)

Vi i Värmland [91](#)

Öppna Kanalen Skövde [13](#)

Örebro När-TV [139](#)

BESTÄLL-TV

Aftonbladet webb-tv [23](#), [59](#)

I Simons panna [135](#)

Guldrakegalan 2012 och Här testar DN.se nya Lill-Skanssen [98](#)

Paintballkrig i skolan och Lockar och pockar [87](#)

SVT Play [104](#)

Granskningsnämnden för radio och tv är ett självständigt beslutande organ inom Myndigheten för radio och tv. Nämnden prövar om innehållet i sända radio- och tv-program följer reglerna för sändningarna. Granskningarna görs efter anmälningar från tittare och lyssnare eller på myndighetens eget initiativ. Besluten som fattas av nämnden finns att läsa på webbplatsen för Myndigheten för radio och tv, mrtv.se.

Granskat & klart – tema är en sammanställning av nämndens praxis när det gäller tillämpningen av reglerna inom ett visst område.

