



BESLUT

2013-06-24

Dnr: 13/00357

## SAKEN

*Tjejen som inte kunde förlora*, SVT1, 2013-02-07, dokumentär om Carolina Klüft;  
fråga om otillbörligt gynnande

## BESLUT

Programmet fälls. Granskningsnämnden anser att det innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

## FÖRELÄGGANDE

Nämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att Sveriges Television ska betala en särskild avgift.

---

## PROGRAMMET

Programmet var en dokumentär som porträtterade friidrottaren Carolina Klüfts aktiva karriär och privatliv. Arkivbilder varvades med intervjuer där hon reflekterade över sin karriär som friidrottare. Under programmet syntes Reeboks logotyp på Carolina Klüfts träningskläder samt på bröstet på en tröja som bars av hennes man i samband med intervjuerna i deras hem. Logotyperna förekom i bild i cirka fem minuter.

## ANMÄLAN

Anmälaren, som uppger att Carolina Klüft är sponsrad av Reebok, anser att exponeringen av varumärket i programmet strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

## PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) anser att programmet inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande och anför i huvudsak följande.

En dokumentär skildring av en friidrottars aktiva karriär, på tävling och träning, innebär att följa med henne i miljöer som innehåller väldigt många logotyper för olika varumärken. Varje världsstjärna inom idrotten har dessutom egna sponsorer vars kläder de använder både privat och under träning och tävling. I skildringen av Carolina Klüfts aktiva idrottande var det oundvikligt att varumärken exponerades.

Eftersom programmet var en dokumentärfilm på 60 minuter kan det upplevas som om den sammanlagda exponeringen blev mer omfattande än vad som sker i korta inslag i sportens nyhetssändningar. SVT anser dock att bildvalet i filmen skett varsamt med tanke på den situation som råder på tävling och träning och att exponeringen vid en sammantagen bedömning inte kan anses otillbörlig.

De delar av filmen där tittaren fick följa Carolina Klüft i mer privata miljöer innebar en särskild utmaning för det dokumentära berättandet. Å ena sidan strävar man att påverka huvudpersonerna så lite som möjligt, å den andra sidan finns andra hänsyn att ta. Planerade scener får ibland överges eftersom något mer intressant inträffar i stunden. Att be huvudpersoner att byta kläder när de är inbegripna i en dialog som har stor betydelse för filmens berättande blir då ett stort ingrepp. En sådan scen var exempelvis den matlagning som ägde rum hemma hos Carolina Klüft och hennes sambo. Dialogen var känslig och visade hur deras idrottande hade påverkat deras relation och hur deras personligheter speglades i både idrottandet och den privata relationen.

Vid en sammantagen bedömning anser SVT att denna och liknande scener i filmen visserligen innehöll en exponering av ett varumärke som skulle kunna anses som ett gynnande men att denna och liknande scener var essentiella för filmens berättelse. Ett eventuellt gynnande uppvägdes därmed av det informations- och underhållningsvärde som finns i dessa delar av filmen. SVT vill också framhålla den principiella betydelsen av att inte i efterhand förvanska verkligheten i ett dokumentärt berättande, särskilt inte när det handlar om karaktärsbyggande bilder.

SVT konstaterar att det inte förekom några positiva värdeomdömen eller andra säljfrämjande inslag kopplade till de varumärken som exponerades. SVT vill också framhålla att det inte förekommit någon produktplacering i den anmälda filmen.

## **AKTUELLA BESTÄMMELSER**

Ett program som inte är reklam får inte på ett otillbörligt sätt gynna kommersiella intressen. Det får inte uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag, eller framhäva en vara eller tjänst på ett otillbörligt sätt (5 kap. 5 § radio- och tv-lagen). Ett omnämnande av företags- och produktnamn utanför annonstid kan accepteras om det är

motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Ju mindre sådant intresse som finns, desto mindre är också 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-/underhållningsintresset är betydande.

När inspelningen eller sändningen av ett program eller inslag sker under förhållanden som programföretaget helt råder över och exponeringen inte kan motiveras redaktionellt ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken eller logotyper. Av betydelse för bedömningen är också om de programansvariga före sändning uppmärksammat eller borde ha uppmärksammat att det förekom varumärken i inspelningsmiljön eller på de medverkandes klädsel.

Vid överträdelser av bestämmelser om annonser, sponsring, produktplacering och otillbörligt gynnande av kommersiella intressen kan granskningsnämnden ansöka hos förvaltningsrätten om att programföretaget ska betala en särskild avgift (17 kap. 5 § och 19 kap. 4 § radio- och tv-lagen).

## **TIDIGARE AVGÖRANDEN**

Nämnden har prövat fyra ärenden rörande varumärkesexponering på kläder enligt gällande radio- och tv-lag (2010:696).

### *Beslut 10/01431*

Det cirka 2 minuter långa inslaget handlade om en domstolsförhandling i London. Inslaget var filmat från gatorna utanför domstolen. Reportern hade på sig en täckjacka med ett märke på bröstet som det stod The North Face på. I samband med att reportern berättade om uppståndelsen utanför domstolen och redogjorde för dagens domstolsförhandlingar syntes hon i halvkroppsbild. Logotypen exponerades då under cirka 15 sekunder. Enligt granskningsnämndens mening framhövdes inte den aktuella logotypen på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden la vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek, det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på den, att logotypen syntes i bild under kort tid och att texten var tydligt läsbar endast under ett par sekunder.

### *Beslut 10/00116*

I återkommande inslag i *Nyhetsmorgon lördag* medverkade en konditor. På dennes högra skjortärm var mejerikoncernen Arlas logotyp mer eller mindre synlig under cirka 25 minuter fördelat på hela sändningen. Märket syntes extra tydligt under 2 minuter och 13 sekunder. Enligt granskningsnämndens mening framhövdes inte Arlas röda ko på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden la vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek och det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på den.

*Beslut 10/0009*

Programmet var en intervju med två idrottsmän, en före detta brottare, A, och en fotbollsspelare, B. A var klädd i en svart tröja med Adidas logotyp på vänstra sidan av bröstet. Logotypen syntes tydligt i bild i totalt cirka 13 minuter.

Enligt granskningsnämndens mening exponerades Adidas logotyp på A:s tröja inte på ett sådant sätt att det innebar att varumärket framhävdes på ett sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden la vid sin bedömning vikt vid logotypens storlek och att det inte förekom någon särskild fokusering på den.

*Beslut 12/00050*

I inslaget intervjuades en känd golfspelare som var på Sverigebesök. Hon hade på sig en tröja och en keps med logotyper som var mycket framträdande. Sammanlagt exponerades ett eller flera av logotyperna under cirka 2 minuter och 30 sekunder, det vill säga under hela den tid hon syntes i intervjusituationen. Granskningsnämnden fann att den omfattande exponeringen inte var redaktionellt motiverad utifrån ett informations- eller underhållningsintresse.

**GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING**

Granskningsnämnden konstaterar att Reeboks logotyp förekom i bild under flera tillfällen under 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 konstaterar också att programmet i stora delar var inspelat under förhållanden som SVT rådde över vilket medför att det ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken eller logotyper. Nämnden anser därför att programmet strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

**SÄRSKILD AVGIFT**

Vid prövning av frågan om avgift bör påföras ska överträdelsens art, varaktighet och omfattning beaktas. Med uttrycket överträdelsens art avses att hänsyn ska tas till både det slag av överträdelse som är föremål för bedömning och till det mått av uppsåt, nonchalans och systematiskt handlande som ligger bakom överträdelsen (se prop. 1995/96:160 s. 189).

Granskningsnämnden anser att överträdelsen i det aktuella fallet motiverar en avgift om 50 000 kronor.

Detta beslut har fattats av Henrik Jermsten, K-G Bergström, Elisabet Bäck, Ingrid Carlberg, Leif Hedman, Kristina Ståhl och Martin Holmgren efter föredragning av Anna Dingertz.

Henrik Jermsten

Anna Dingertz