

BESLUT

2018-11-12

Dnr: 18/01572

SAKEN

Smartare än en femteklassare, SVT1, 2018-05-05, inslag i ett tävlingsprogram; fråga om otillbörligt gynnande

BESLUT

Inslaget frias. Det innebär inte ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

INSLAGET

Från och till under en cirka 45 sekunder lång sekvens i inslaget syntes varumärket Hampton Republic 27 på ett emblem på en programdeltagares tröja. Under en påföljande cirka nio minuter lång sekvens syntes tröjemblemet med varumärket vid ett antal tillfällen.

ANMÄLAN

Anmälaren anser att inslaget strider mot reglerna gällande exponering av varumärken som kan gynna företag.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) anser att inslaget överensstämmer med bestämmelsen om otillbörligt gynnande och anför i huvudsak följande.

Redaktionen uppfattade inte emblemet på tröjan som ett varumärke. Det finns många olika tryck med texten Hampton Republic 27. När en del av kollektionen Hampton Republic 27 lanserades användes en helt annan utformning av märket än den som fanns på barnets tröja i det nu aktuella programmet.

SVT anser att även om namnet Hampton Republic 27 skulle kunna innebära ett gynnande så var alltså inte emblemet på tröjan ett varumärke i sig eftersom det

finns flera olika tryck med samma ord, det vill säga samma ord presenterade i olika typsnitt, färger och former. När det gäller själva exponeringen av namnet var det övre ordet "Hampton" i det här fallet sytt med mörka bokstäver mot mörk bakgrund och därmed svårt att urskilja precis som siffrorna "2" och "7" vilka var sydda i vitt mitt i annat vitt mönster. SVT anser i och med detta att hela namnet var svårt att urskilja.

Totalt exponerades programdeltagaren med tröjan och emblemet i närbild i cirka 40 sekunder i ett program som var cirka 59 minuter långt. Emblemet var inte stort och det var inte i fokus. Namnet nämndes aldrig. Det förekom inga uppgifter om pris eller inköpsställen och inte heller några positiva omdömen.

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 gynnande av ett kommersiellt intresse är otillbörligt om det inte kan motiveras av något informations- eller underhållningsintresse.

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 överträdelse 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).

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Enligt granskningsnämndens mening exponerades inte det aktuella varumärket på ett sådant sätt som framstod som otillbörligt. Nämnden lägger vid sin bedömning vikt vid att texten med varumärket inte syntes tydligt och det förhållandet att det inte förekom någon särskild fokusering på varumärket. Nämnden anser därför att inslaget inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Detta beslut har fattats av Malin Bonthron, Ulrika Hansson (skiljaktig), Clas Barkman, Berivan Yildiz, Staffan Dopping, Malin Bergström och Bo-Erik Gyberg (skiljaktig) efter föredragning av Gustav Aspengren.

På granskningsnämndens vägnar

Malin Bonthron

Gustav Aspengren

SKILJAKTIGA MENINGAR

Ledamöterna Ulrika Hansson och Bo-Erik Gyberg är skiljaktiga och anser att granskningsnämndens bedömning borde ha följande lydelse.

Granskningsnämnden anser att det aktuella varumärkets namn tydligt syntes i bild på en tröja vid flera tillfällen under inslaget. Nämnden anser att det därigenom uppkom ett gynnande av varumärket. Gynnandet var inte motiverat av något informations- eller underhållningsintresse. Inslaget strider därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Originalhandlingen med namnunderskrifter förvaras hos myndigheten.