

BESLUT

2022-02-14 Dnr: 21/03518

SAKEN

Draknästet – avsnitt 4, SVT Play, 2021-09-09, program med entreprenörer och investerare; fråga om otillbörligt gynnande

BESLUT

Programmet frias. Det strider inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

PROGRAMMET

Draknästet är en programserie som handlar om entreprenörer som på ett säljande sätt presenterar, så kallat pitchar, sina affärsidéer för en grupp riskkapitalister, i programmet benämnda som drakar, i syfte att få drakarna att investera i deras projekt. Under presentationerna ställer drakarna frågor om bland annat entreprenörernas bakgrund och affärsmodeller samt ger konstruktiv kritik till de olika entreprenörerna. Drakarna beslutar sig efter presentationerna för om de är intresserade av att investera i entreprenörernas projekt eller inte. Vissa entreprenörer får med sig en eller flera investerare, medan andra entreprenörer får besked om att drakarna inte är redo att investera i deras affärsidéer. Entreprenörerna har även möjlighet att tacka ja eller nej till de bud eller förslag på investeringsbelopp som drakarna ger mot en viss andel i entreprenörernas företag.

I det aktuella avsnittet pitchade deltagarna sina sju affärsidéer för de fem drakarna. En speakerröst introducerade kort de olika entreprenörerna och kommenterade under programmets gång hur det gick för dem under presentationerna.

En av presentationerna gjordes av en ung företagare vars affärsidé var att tillverka ätbara kexskedar. De ätbara skedarna i två smaker visades i olika bildsekvenser under presentationens gång. Även skedförpackningarna med en bild på skeden i en glasstrut och företagets logotyp visades mot bakgrund av en rosa glittrig fond. Entreprenören höll också i en kexsked under presentationen.

Efter pitchen lyfte drakarna på locken över tallrikar som placerats vid deras platser och provsmakade skedarna, som serverades med glass och bär. Bland annat följande sades.

(Drake 1) – Tack för god sked och en väldigt härlig energi under din presentation. [---]
(Entreprenör) – Så det har varit... ja men en resa att hitta mig själv egentligen, att hitta det jag tycker är roligt. Och sen så fick jag starta UF-företag i skolan.

En infogad elektronisk skylt med texten ”UF: Ett företag som drivs av ungdomar som går sista året på gymnasiet” visades samtidigt i bild. Därefter sades följande.

(Entreprenör) – Så jag drev ett företag i skolan, som råkade vara [namn företag], för att jag älskade att baka när jag var yngre. [---] (Drake 2) – Hur går det? Hur långt har du kommit i ditt bolagsimperium och hur liksom, hur långt har intäkterna kommit? För du har hållit på med det ett tag med UF? (Entreprenör) – Ja, precis, jag har hållit på med det ett tag med UF, men sen så tog det ett tag att starta upp som aktiebolag [...] Så jag har sålt på webbshopen sen i början av december och jag har tre stycken företagskunder och en handfull privatpersoner som har köpt. [---] Och när man köper de här kexskedsförpackningarna, till exempel på min hemsida, då är det tre komma fem kronor per sked så då går jag i vinst med tre kronor då. [---] (Drake 3) – UF gör underverk med blivande entreprenörer. (Entreprenör) – Det är ju tack vare UF jag har startat det här. Jag är väldigt tacksam att jag fick den chansen i skolan. Annars hade det här nog aldrig blivit av, helt ärligt. (Drake 1) – Jag hoppas verkligen att alla som kollar förstår det nu, att ju tidigare man börjar desto troligare är det att man står här när man är 19 och redan är så fullfjädrad, så att... superförebild är du! [---] (Drake 4) – Jag älskar glass. Jag har familjen som är glasstokiga och produkten var fantastiskt bra. Jag gillar dig, din presentation. Jag blir en kund, jag kommer äta en hel del av de här skedarna framöver [---].

Fyra av drakarna tackade sedan nej till att investera medan en drake lämnade ett bud som entreprenören tackade ja till.

I en annan del av programmet pitchade två entreprenörer sina byggsatser för barn. Bland annat följande sades under inledningen av presentationen.

(Entreprenör 1) [---], uppfinnare till ett helt nytt svensktillverkat, patenterat, designskyddat meccano för barn i varierande ålder. Produkten heter [namn produkt]. Det var vårt barnbarn, han var med mig på kontoret en dag, och jag då stod och skrev på whiteboarden, så kom han in och sa ”morfar, den ska heta [namn produkt] för [förklaring till namn produkt]. Jag tyckte det lät jättebra och han heter Zac och därav satte vi då in z i namnet. Vi ville också ha en maskot med i vårt varumärke och då sa han så här, ”morfar, då ska vi ha en bäver för de bygger och gnager och arbetar hela dagarna”. Jag tyckte det lät jättebra, så vi satte in en bäver och idag är då även vårt namn mönsterskyddat i alla våra patentländer.

Byggsatser och så kallade rollups med texterna ”Tillverkat i Sverige. Miljövänligt och giftfritt. Punktskriftsmärkta delar”, ”Finns i två olika modeller 2 & 4 mm” och ”Byggapp för 3D-skrivare” syntes helt eller delvis, i bild under hela presentationen samt under drakarnas ställningstaganden. Bilder på förpackningen med varumärket och två maskotar i form av leksaksbävrar med varumärket på visades också i bild flera gånger. Entreprenörerna berättade därefter att produkterna var livsmedelsgodkända, att de gick att diska i diskmaskin och att de fanns i olika tjocklekar. De

berättade vidare att det gick att skriva ut ritningar i en 3D-skrivare och att de höll på att utarbeta en app för ändamålet.

Drakarna undersökte därefter byggsatserna som lagts i lådor vid deras platser. Bland annat följande sades.

(Drake 1) – Jag blir så glad av att lyssna på er. För jag tror... dels tror jag att det är jättemånga familjer som har, du vet, uppfinnande och som gör slag i saken, barnbarnet som kommer med idéer och här har ni ju en som dessutom har tagit steget ut och som är redo för marknaden. Så jag blir så glad. [---]. (Entreprenör 1) – De lådorna ni fick nu, vi tänkte så ni kan känna hur stabilt det är, för att en sån här, den kan du sitta på. Alltså man tror inte det, men barnen kan klättra på den. [---] (Drake 4) – Ni är ju helt fantastiska med er inspiration, med er passion för det här, blandningen mellan det analoga och digitala med 3D-skrivarmöjligheten framöver, hållbarheten i det hela, möjligheten att tematisera, göra olika kollektioner kring jul, vad det kan vara för någonting [---].

Tre av drakarna avstod från att investera medan två drakar lämnade bud som entreprenörerna tackade ja till.

I programmet pitchades även ett system för automatiserad och trådlös bevakning, hållbara babyprodukter inom hudvård, ett blombud som levererade purjolökar istället för blommor, en apptjänst för bokning av tågresor i Europa och en mjuk- och hårdvarulösning för digital försäljning av begagnade produkter. I samtliga fall nämndes namnet på produkterna eller tjänsterna vid åtminstone ett tillfälle och i några fall syntes varumärken och produkter i bild.

ANMÄLNINGARNA

Programmet har anmälts av två anmälare. En av anmälarna har anmält *Draknästet*, SVT Play, avsnitt 1–6, och har vad avser avsnitt 4 bland annat angett att det tillhandahölls i SVT Play den 16 september 2021, kl. 21.00. Den andra anmälaren har endast anmält avsnitt 4 och har angett att det sändes den 9 september 2021, kl. 21.00. Granskningsnämnden har mot bakgrund av anmälningarna valt att granska *Draknästet* – avsnitt 4 på SVT Play. Avsnittet publicerades enligt uppgift från Sveriges Television AB (SVT) på SVT Play den 9 september 2021. SVT har även uppgett att det är samma program som sändes i SVT1 den 16 september 2021, kl. 21.00.

Den ena anmälaren anför sammanfattningsvis att presentationerna av affärsidéerna i programserien marknadsförde olika produkter och tjänster, vilka tittarna därigenom kunde bli lockade att köpa. Den andra anmälaren anför att organisationen Ung Företagsamhet (UF) omnämndes och hyllades av både drakar och deltagare på ett sätt som kan ses som reklam för organisationen och dess verksamhet.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

SVT anser att programmet inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen och anför i huvudsak följande.

Draknästet är ett programformat som är känt över hela världen. Efter att det japanska originalet första gången sändes år 2001 har det spelats in i ett 30-tal länder, bland annat av BBC i Storbritannien som *Dragons' Den* och som *Shark Tank* i USA. Många av de lokala versionerna har sänts av public service-bolag. Engelskspråkiga versioner har visats på svensk tv i olika omgångar. Den svenska versionen *Draknästet* sändes första gången i SVT år 2009 och år 2021 sändes den nu aktuella tredje säsongen.

Programserien vill på ett underhållande sätt främja bland annat innovation bland unga människor från hela landet. Tittarna får en lärande inblick i hur entreprenörskap fungerar, hur en affärsidé växer fram och hur dessa kan bedömas av etablerade investerare som en möjlig framgångsrik verksamhet. Syftet med programmet är att inspirera tittarna genom att presentera modiga och drivna människor som brinner för sina idéer. Samtidigt får tittarna en inblick i hur investerarna tänker när de med omsorg väljer vilka idéer de vågar satsa sina pengar på.

Det är tydligt att de fem drakarna inte representerar SVT utan att de är experter som satsar sitt eget kapital på affärsidéer de tror på.

Entreprenörerna som presenterar sina affärsidéer gör det inför drakarna och fokus ligger på hur entreprenörerna säljer in sin affärsverksamhet för investering, inte att marknadsföra sina specifika produkter eller tjänster till konsumenten/tv-tittaren. Varken varumärken eller logotyper är i fokus i pitcharna utan det är entreprenörernas idéer. Företaget eller varumärkets namn kan dock komma att nämnas eller visas och produktens eller tjänstens egenskaper ibland också demonstreras för förståelsens och informationsintressets skull. Varumärken är som sagt inte i programmet fokus utan exponeras väldigt sparsamt i enlighet med regelverket för otillbörligt gynnande. Ibland förekommer varumärken eller produktförpackningar i bild men endast då dessa har betydelse för förståelsen av pitchen. Det kan handla om att det finns en genomtänkt grafisk profil eller marknadsföring vilket har betydelse för drakarnas bedömning om ett projekt är värt att satsa pengar på. För att kunna förmedla detta till tittarna är det nödvändigt att kort exponera en produkt.

Programmet "nerv" finns i mötet mellan drakarna och entreprenörerna som ska pitcha sina idéer, där deras olika personliga historier spelar roll. Oftast pitchas produkter som vid sändningstillfället inte finns tillgängliga att köpa i handeln. I vissa fall syns så kallade vepor med information om tjänsten eller produkten. Detta är inte marknadsföringsmaterial utan skyltar som tagits fram endast för programmet

i avsikt att öka förståelsen och tydliggöra egenskaper eller processer hos affärsidéerna.

Den ena anmälarens kritik avseende *Draknästet* – avsnitt 4 tar upp de omnämnanden som skedde av organisationen UF och att detta skulle vara reklam för dess verksamhet. Redaktionen bedömde att det hade ett stort informations- och underhållningsintresse att låta en tonåring berätta om hur värdefullt det varit att starta eget företag på gymnasiet. Det visades inga logotyper för UF, det fanns inga köpuppmaningar eller andra specifika positiva omdömen om produkter eller tjänster. Entreprenörskap är sedan år 2011 inskrivet i läroplanen för både grund- och gymnasieskola och omnämnandet av UF hade ett tydligt informationsintresse. Det var inte menat som en hyllning av en enskild organisation utan avsett att lyfta medvetandet om entreprenörsandan hos unga i Sverige. Detta bör finnas utrymme för i ett program med företagande i fokus. Enligt UF:s hemsida är UF en politiskt obunden, ideell utbildningsorganisation. Sedan år 1980 har de utbildat gymnasieelever i entreprenörskap genom processutbildningen UF-företagande, bland annat genom att tillhandahålla läromedel. UF är en del av den globala organisationen Junior Achievement.

Det nu aktuella avsnittet av *Draknästet* avviker inte från det format som funnits sedan år 2009 och där det eventuella gynnande som uppstår av en produkt eller tjänst vägs upp av informations- och underhållningsintresset.

AKTUELL BESTÄMMELSE

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 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- eller underhållningsintresset är betydande.

Enligt nämndens 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.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Genom presentationerna och omnämnandena av namnen på de produkter och tjänster som förekom i programmet – i vissa fall i kombination med att varumärken, produkter eller information visades i bild – uppkom ett gynnande av

dessas produkter och tjänster samt företagen bakom. Nämnden anser dock, mot bakgrund av programmets syfte och karaktär, att gynnandet får anses vara motiverat av ett informations- och underhållningsintresse i det aktuella sammanhanget. Programmet strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Detta beslut har fattats av Dag Mattsson, Clas Barkman, Bo-Erik Gyberg, Gunnar Springfeldt, Kristina Åberg och Erik Fichtelius efter föredragning av Hanna Teleman.

För granskningsnämnden

Dag Mattsson

UNDERSKRIFTSSIDA

Detta dokument har undertecknats med elektroniska underskrifter:

NAMN:	Dag Edvin Bror Mattsson
IDENTIFIKATIONSTYP:	Svensk e-legitimation
IDENTIFIKATIONS-ID:	_096b97ed637c46d411df57c1617e1df600
DATUM & TID:	2022-02-14 08:20:52 +01:00



Certifierad av Comfact Signature
Accepterad av alla undertecknare
2022-02-14 08:20:58 +01:00
Ref: 31000SE
www.comfact.se



[Validera dokumentet](#) | [Användarvillkor](#)