

BESLUT

2017-02-20

Dnr: 16/01781

SAKEN

Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8, *Kygo: nyckeln till framgång* samt *Ridsport: Göteborg horse show*, *Världscupen: hoppning, final 3* som tillhandahölls på SVT Play, www.svtplay.se den 20 juni 2016; fråga om otillbörligt kommersiellt gynnande, sponsring samt elektroniska företagsskyltar

BESLUT

Programmen frias. Granskningsnämnden anser att de inte innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen. Nämnden anser inte heller att det skett någon överträdelse av bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar eller av bestämmelsen om utformning och inplacering av sponstringsmeddelanden i *Ridsport: Göteborg horse show*, *Världscupen: hoppning, final 3*.

BAKGRUND

Granskningsnämnden har på initiativ av Myndigheten för press, radio och tv granskat ovanstående program, som tillhandahölls på SVT Play, www.svtplay.se den 20 juni 2016, med utgångspunkt i bestämmelserna om otillbörligt gynnande, produktplacering, sponsring samt reklam och andra annonser i 5 kap. 5 §, 6 kap. 1–4 §§, 7 kap. 1–4 §§ och 6–8 §§ samt 8 kap. 3 §, 5–6 §§, 7 § andra stycket och 9–12 §§ radio- och tv-lagen (2010:696).

PROGRAMMEN**Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8**

I programmet träffade två programledare olika veterinärer som behandlade djur i bland annat djurparker. I programmet exponerades varumärken tillhörande två djurparker och ett så kallat vetenskapscentrum på bland annat kläder som medverkande personer bar.

Kygo: nyckeln till framgång

Programmet var en dokumentär om en norsk musikartist. I programmet

berättade artisten bland annat om hur hans karriär började och bilder från hans hem och turné visades.

Ridsport: Göteborg horse show, Världscupen: hoppning, final 3

Programmet var en direktsändning från en final i hästtävlingen Göteborg Horse Show. Sändningen var cirka tre timmar och 45 minuter lång och inleddes samt avslutades med ett sponsringsmeddelande med följande innehåll.

Sändningarna från Göteborg Horse Show sponsras av: Sängvaruhuset Sova, Markslöjd belysning för hemmet, Carpe diem beds of Sweden och Hööks hästsport.

Genomgående i sändningen var varumärken synliga på fysiska reklamskyltar och hoppningshinder i tävlingsarenan.

I programmet förekom fyra olika elektroniska skyltar med klockvarumärket Longines på. Skyltarna visades vid 51 tillfällen i programmet och varumärket exponerades i bild i totalt sex minuter och 35 sekunder.

- En elektronisk skylt visade varumärket för klocktillverkaren i fyra sekunder i samband med nästan samtliga ekipages sluttid.
- En elektronisk skylt med en ledarlista visades åtta gånger under sändningen i totalt cirka en minut. Varumärket för klocktillverkaren exponerades i nedre delen av listan.
- Varumärket för klocktillverkaren exponerades på tre ställen på en elektronisk skylt i samband med en resultatlista. I övre vänstra hörnet, i rubriken (det vill säga i namnet på tävlingen) samt i en elektronisk skylt som dök upp i cirka fem sekunder varje gång resultatlistan bytte bild. Skylten visades vid tre tillfällen och i totalt cirka två minuter och 37 sekunder.
- Namnet på klocktillverkaren exponerades på en elektronisk skylt med information om när nästa tävlingsomgång skulle starta. Namnet stod i rubriken, det vill säga i namnet på tävlingen, och visades en gång i cirka 34 sekunder.

En ryttare som diskuterade den förestående tävlingen hade på sig en jacka med ett varumärke tryckt över bröstet som syntes till och från, delvis dold av ryttarens armar, under samtalet som pågick i cirka 15 minuter.

Under en intervju med en världscupmästare exponerades varumärket för klocktillverkaren på ett band som han hade runt halsen när han filmades i närbild. På hans jacka och keps exponerades ett varumärke för ett

logistikföretag. Varumärkena exponerades vid upprepade tillfällen under intervjun som pågick i cirka sju minuter.

I ett montage av återblickar visades en sekvens där en känd svensk hoppryttare intervjuades. På hennes krage och väst var logotypen för ett klädvarumärke synligt i cirka 13 sekunder.

Vid prisutdelningen exponerades varumärket för ovan nämnda klocktillverkare på ett antal platser vid prispallen, på vinnarhästens täcke och på ett band på vinnarryttaren. Prisutdelningen pågick i cirka åtta minuter. Vinnarryttaren hade därefter under en intervju med programledaren och en expertkommentator på sig samma band där varumärket tillhörande klocktillverkaren exponerades. Varumärket exponerades vid upprepade tillfällen under intervjun som pågick i cirka fyra minuter.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) har getts tillfälle att yttra sig över om ovanstående program överensstämmer med bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande och om programmet *Ridsport: Göteborg horse show, Världscupen: hoppning, final 3*, överensstämmer med bestämmelsen om elektroniska företagsskyltar i 8 kap i radio- och tv-lagen. SVT anser att programmen inte strider mot bestämmelserna och anför i huvudsak följande.

Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8

Då *Djursjukhuset* sänts i 13 säsonger får programformen, det vill säga besök i olika miljöer kopplade till sjukvård och omhändertagande av djur, anses vara väl inarbetad.

Redaktionens bedömning har varit att de inte har kunnat påverka vilka arbets- och skyddskläder veterinärer och djurvårdare haft när de utfört sitt ordinarie arbete. Variationen i olika arbetsplatser samt varsamhet i filmning och redigering har använts för att i första hand minimera exponeringen av varumärken på kläder. Den i sammanhanget lilla exponering som skedde anser SVT vägdas upp av informations- och underhållningsintresset. SVT vill här hänvisa till beslut i granskningsnämnden SB 346/05, *Teckenlådan*, där ett inslag visade hur sängtillverkning gick till. Där ansåg nämnden att det tydligt framgick var sängen tillverkades genom mönster och synligt namn på tyg och arbetskläder, men att det inte förekom någon fokusering i övrigt. Nämnden ansåg därför inte att exponeringen stred mot regeln om otillbörligt gynnande.

I de fall där programledarna behövt ikläda sig arbetsplatsens skyddsklädsel har redaktionen suddat logotyper som kunde synas.

Angående förekomsten av namnet "Kolmården" i en textskylt i programmet vill SVT påpeka att detta var en hänvisning till orten och inte till djurparken med samma namn. Programmet växlade mellan olika miljöer och därför förekom en skylt med texten Kolmården som ortsangivelse, på samma sätt som skyltar med till exempel orterna Helsingborg och Hunnebostrand visades.

Kygo – Nyckeln till framgång

Musikdokumentären *Kygo – Nyckeln till framgång* var ett inköpt program producerat år 2015 av norska NRK. Den var ett porträtt av en ung musikartist i början av sin karriär i EDM-genren, det vill säga elektronisk dansmusik. Dokumentären skildrade hur de snabba framgångarna och musikbranschen påverkade inte bara artisten utan även hans familj.

Berättelsen är ett exempel på hur en artist slår igenom via spridning på musiktjänster och bloggar på internet. Som exempel på det genomslag som Kygo haft kan nämnas att han uppträdde vid avslutningsceremonin av Olympiska spelen i Rio i augusti år 2016 samt att han år 2015 blev den första EDM-artisten som uppträtt vid Nobels fredspriskonsert. Kygo är också den artist som snabbast nått en miljard uppspelningar på musiktjänsten Spotify. I Norge har han bland annat fått Spellemannprisen (motsvarande svensk Grammis) som årets artist och med årets låt år 2015. Även i Sverige har Kygos musik fått ett stort genomslag, exempelvis har hans debutalbum sålt platina.

Det finns ett stort allmänt intresse för modern dansmusik och programmet ligger väl i linje med SVT:s uppdrag att erbjuda ett mångsidigt kulturutbud. Till sin form har det aktuella programmet likheter med väl etablerade musikprogram i SVT, exempelvis *Hitlårens historia* eller andra dokumentära skildringar av artister.

Den positiva bild som gavs av artisten genom intervjuer med fans kan möjligen anses som gynnande. Detta gynnande som uppstod av artisten och hans musik anser SVT väl vägdes upp av ett stort underhållnings- och informationsintresse.

Innehållet i programmet var producerat år 2015 och inga vid sändningstiden aktuella konserter med Kygo nämndes. Det förekom heller inga köpuppmaningar av produkter. Namn och karakteristiskt utseende på vissa musiksajter förekom i korta inklippsbilder men ingen fokusering skedde på någon enskild av dessa.

Ridsport: Göteborg Horse Show, Världscupen: hoppning, final 3

Sändningen av finalen i Världscupen i hoppning var en direktsändning där SVT hade en programledare och experter på plats men där tävlingsbilderna levererades av arrangören. Som rättighetsinnehavare styrde SVT inte över tävlingsproduktionen utan erhölet endast den internationella produktionssignalen

som sändes ut till hela världen.

Klocktillverkaren Longines var det företag som tillhandahöll tjänsten för resultatredovisning, därav att varumärket syntes i de resultatskyltar som syns i samband med hoppningarna samt i resultatlistor. Enligt de bestämmelser som finns får bland annat namnet 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.

Exponeringen tog bara upp en liten del av bilden, var inte förenad med ljud och förekom i en begränsad omfattning i den nästan 4 timmar långa sändningen. SVT har heller inte fått någon ersättning för visningen. SVT anser därmed att exponeringen av klocktillverkarens varumärke i resultatrapporteringen uppfyllde de krav som ställs angående elektroniska företagsskyltar i radio- och tv-lagen.

Det officiella namnet på tävlingen var "Longines FEI World Cup Jumping" och av denna anledning syntes varumärket i den officiella logotypen för tävlingen i de elektroniska skyltar där tävlingsresultat visades. Skyltarna var en del i den befintliga signal som produktionen sände ut till flera internationella tv-bolag förutom SVT.

Världscuptävlingarna sker i en tävlingsmiljö där SVT inte har möjlighet att kontrollera utformningen med de tävlandes kläder, fysiska reklamskyltar och hoppningshinder. Intervjuer med tävlande ägde även de rum i anslutning till tävlingsmiljön.

SVT anser att exponeringen av klockvarumärket var rimlig i storlek och omfattning. Varumärket förekom inte i andra elektroniska skyltar än de som hade koppling till resultatredovisning. SVT vill hänvisa till ett tidigare beslut angående *Gothenburg Horse Show*, diarienummer 13/01085, där förekomsten av ett klockvarumärke i elektroniska skyltar i samband med tidtagning, ryttarens placering och resultat samt resultatlistor ansågs vara i linje med 8 kap. 12 § eftersom företaget tillhandahållit de statistikuppgifter som redovisades.

AKTUELLA BESTÄMMELSER

Beställ-tv

Beställ-tv är en tjänst där en leverantör av medietjänster i informations-, underhållnings- eller utbildningssyfte tillhandahåller allmänheten tv-program med hjälp av elektroniska kommunikationsnät på begäran av användaren, vid en tidpunkt som användaren väljer och från en katalog med program som leverantören har valt ut (3 kap. 1 § 3 radio- och tv-lagen).

Otillbörligt gynnande

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-/underhållningsintresset är betydande.

Elektroniska företagsskyltar

Med elektroniska företagsskyltar avses sådana skyltar som förekommer i framför allt sportsändningar och som tillsammans med tid-, placerings- och resultatinformation anger namnet på det eller de företag som tillhandahållit tidmättnings- eller datautrustning som använts vid sportevenemanget. Skyltarna förekommer inte naturligt, utan infogas i bilden av produktionsföretaget i samband med sändningen (prop. 2009/10:115 s.189).

Elektroniska företagsskyltar får endast förekomma i sport- och tävlingsprogram i tv-sändningar och beställ-tv. Skyltarna får visa namnet på eller logotypen för det eller de företag som tillhandahållit utrustning eller tjänster som varit nödvändiga för att producera information om resultat, matchställning eller dylikt.

Företagsnamnet eller logotypen ska visas i samband med tillhandahållandet av informationen och i rimlig omfattning. Företagsnamnet eller logotypen får inte förenas med ljud och bara ta upp en liten del av bilden. Programföretaget eller leverantören av beställ-tv får inte ha fått någon ersättning för visningen. (8 kap. 12 § radio- och tv-lagen).

Sponsring

När en leverantör av medietjänster tillhandahåller ett sponsrat program i en tv-sändning eller i beställ-tv ska leverantören ange vem som har bidragit till finansieringen. Ett sådant meddelande ska lämnas i början och/eller i slutet av programmet (7 kap. 4 § första stycket radio- och tv-lagen). Om bara en klart avgränsad del av ett program är sponsrad, ska sponsringsmeddelandet lämnas i början eller i slutet av den delen, förutsatt att programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter inte kränks (7 kap. 4 § tredje stycket radio- och tv-lagen). Ett sponsringsmeddelande ska innehålla sponsorns namn, logotyp eller annat kännetecken för sponsorn. Meddelandet får inte innehålla säljfrämjande inslag (7 kap. 7 § radio- och tv-lagen).

Tidigare beslut

I beslut 13/01085, som även det gällde en sändning från Göteborg Horse Show,

ansåg granskningsnämnden att elektroniska skyltar med en klocktillverkares logotyp som visades i samband med tidtagning, ryttarens placering och resultattid samt resultatlistor var sådana elektroniska företagsskyltar som avses i 8 kap. 12 § eftersom klocktillverkaren tillhandahållit de statistikuppgifter som redovisades i sändningarna. Även övriga kriterier i 8 kap. 12 § bedömde nämnden som uppfyllda, genom att företagsnamnet eller logotypen visades i samband med leveransen av den information som företaget tillhandahållit, att visningen inte förenades med ljud, bara tog upp en liten del av bilden och eftersom skyltarna visades i rimlig omfattning. Programföretaget hade inte heller fått någon ersättning för visningen. Nämnden ansåg dock att en tävlingsvinjett som innehöll klocktillverkarens logotyp och det officiella namnet på tävlingen, som visades vid 23 tillfällen och täckte nästan hela bilden, innebar ett gynnande av klocktillverkaren som inte kunde motiveras av ett tillräckligt informations- eller underhållningsintresse. Sändningen stred därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

I beslut 13/01842, som gällde sändningar från en golfturnering, förekom en bankkoncerns logotyp i elektroniska skyltar som exponerades i bild i över 30 minuter under de fem timmar långa sändningarna. Nämnden ansåg att den omfattande exponeringen av logotypen stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Granskningsnämnden konstaterar att SVT Play, www.svtplay.se är en särskild tjänst där tv-programmen tillhandahålls allmänheten på begäran av användaren, vid en tidpunkt som användaren väljer från en katalog uppdelad i olika kategorier, som till exempel ”Drama”, ”Dokumentär”, ”Underhållning” och ”Populärt”. Nämnden anser att SVT Play är en sådan beställ-tv-tjänst som omfattas av bestämmelserna i radio- och tv-lagen.

Av detta följer att program på SVT Play omfattas av bland annat bestämmelserna i radio- och tv-lagen om otillbörligt gynnande, produkt-placering, sponsring samt reklam och andra annonser. Nämnden prövar i det följande om de granskade programmen som tillhandahållits på SVT Play överensstämmer med dessa bestämmelser.

Djursjukhuset säsong 13: avsnitt 8

Nämnden anser att programmet medförde ett visst gynnande av varumärken tillhörande två djurparker och ett vetenskapscentrum som exponerades på kläder. Nämnden anser dock, med beaktande av programsammanhanget och att det i övrigt inte förekom någon direkt fokusering på varumärkena, att gynnandet inte gick utöver vad som var motiverat av ett underhållnings- och informationsintresse. Programmet strider därför inte mot bestämmelsen om

otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Kygo – Nyckeln till framgång

Nämnden anser att programmet medförde ett gynnande av den aktuella musikartisten. Nämnden anser dock att gynnandet uppvägdes av ett tillräckligt informations- och underhållningsintresset. Programmet strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Ridsport: Göteborg Horse Show, Världscupen: hoppning, final 3

Elektroniska företagsskyltar

Granskningsnämnden anser att de elektroniska skyltarna med varumärket för en klocktillverkare som visades i samband med sluttider samt ledar- respektive resultatlistor i *Ridsport: Göteborg Horse Show, Världscupen: hoppning, final 3* var sådana elektroniska företagsskyltar som avses i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen. Även övriga kriterier i 8 kap. 12 § bedömer nämnden vara uppfyllda, genom att varumärket 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 konstaterar nämnden att SVT anfört att skyltarna var en del i den befintliga signal som produktionen sände ut till flera internationella tv-bolag genom EBU utöver SVT. Av förarbetena framgår att omfattningen som överenskommits genom EBU:s medverkan normalt bör kunna accepteras. Nämnden bedömer att skyltarna visats i rimlig omfattning. Programföretaget har inte heller fått någon ersättning för visningen. Visningen av de aktuella skyltarna strider därför inte mot bestämmelsen i 8 kap. 12 § radio- och tv-lagen.

Otillbörligt gynnande

Nämnden konstaterar att varumärket för en klocktillverkare samt ett antal andra varumärken exponerades på bland annat klädesplagg under sändningen. Namnet på klockvarumärket exponerades även på en elektronisk skylt med information om när en tävlingsomgång skulle starta. Namnet stod i namnet på tävlingen i skyltens rubrik.

Nämnden, som beaktar att varumärkesexponeringen var relativt kortvarig, att det inte förekom någon direkt fokusering på några varumärken samt att programmet sändes från en tävlingsmiljö, anser att de varumärken som syntes i programmet inte exponerades i sådan omfattning att gynnandet som uppkom gick över gränsen för vad som kan accepteras. Programmet strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande.

Sponsringsmeddelanden – utformning och placering

Nämnden anser att det aktuella sponsringsmeddelande som inledde samt avslutade sändningen inte innehöll något säljfrämjande inslag. Programmet strider därför inte mot bestämmelserna i 7 kap. 4 § första och tredje stycket och

7 § radio- och tv-lagen.

Detta beslut har fattats av Kristina Ståhl, Jan Holmberg, Ulrika Hansson,
Berivan Yildiz och Staffan Dopping efter föredragning av Gustav Aspengren.

På granskningsnämndens vägnar

Kristina Ståhl

Gustav Aspengren

Originalhandlingen med namnunderskrifter förvaras hos myndigheten.