

BESLUT

2016-09-19

Dnr: 16/01458

SAKEN

Gomorra Sverige, SVT1, 2016-05-19, inslag om herrmode; fråga om otillbörligt gynnande

BESLUT

Inslaget frias. Granskningsnämnden anser att det inte innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

INSLAGET

Inslaget handlade om herrmode och en modechef för en livsstilstidning för män var inbjuden till studion för att ge tips om sommarens modeplagg. I inslaget intervjuade två programledare modechefen som stod vid ett bord med klädesplagg, skor och accessoarer och framför en klädställning med ett antal skjortor. Modechefen talade bland annat om vilka som vunnit tidningens pris "årets bäst klädda man" och tipsade om vad män ska ha på sig under sommaren. Under intervjun syntes i bild olika klädesplagg, skor och accessoarer som låg på bordet. Bland annat syntes ett par vita tofflor med ett klädmärkesnamn på i svart text. I mitten av inslaget provade den ena programledaren en hatt som låg på bordet. Programledaren lade sedan tillbaka hatten på bordet.

ANMÄLAN

Anmälaren anser att klädmärket på tofflorna syntes i tydligt läsbar text i inslaget, vilket innebar ett otillbörligt gynnande av klädmärket. Anmälaren anser vidare att en av programledarna medvetet placerade en hatt på ett visst sätt för att inte täcka över texten på tofflorna.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

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

Sedan år 1992 utser tidningen årets ”bäst klädda man”. Redaktionen hade bjudit in årets vinnare tillsammans med tidningens modechef, som gjort listan under många år. Utöver detta ville redaktionen ge tittarna tips om sommarens herrmode och gav modechefen i uppdrag att välja ut mode och demonstrera detta i ett separat inslag. Under modeinslaget hade gästen lagt upp ett antal olika plagg, skor och accessoarer på ett bord samt hängt upp skjortor och liknande på en ställning bakom sig.

På bordet låg bland annat ett par badtofflor i plast som det stod varumärkets namn på. Det aktuella inslaget pågick under sju minuter och vid ett tillfälle under intervjun svepte kameran över bordet i en panorering varav en del av plaggen inklusive badtofflorna syntes i närbild under en kort sekvens, åtta sekunder. I övriga bilder gick inte namnet att utläsa på grund av en annan bildvinkel, avståndet samt att tofflorna skymts av andra skor och solglasögon.

Intervjun handlade om nya trender, färger, mönster och material men också om användning, klädkoder och etikettsregler. Som exempel fanns shorts, skjortor, skor, hattar och glasögon. Det talades varken om priser, varumärken eller tillgänglighet. De aktuella badtofflorna diskuterades överhuvudtaget inte under inslaget. Det anmälaren anser, att programledaren medvetet skulle ha försökt synliggöra varumärkesnamnet på badtofflorna genom placeringen av en hatt, stämmer inte. Programledaren tog upp en hatt, provade den medan han diskuterade hattmode med gästen och kastade sedan tillbaka hatten på samma ställe där den låg från början.

Redaktionens syfte med inslaget var att tittarna skulle få information av tidningens modechef, en tillfälligt medverkande, som valt ut ett antal olika sommarplagg.

Klädesvarumärkets namn nämndes aldrig under samtalet och texten syntes endast tydligt i åtta sekunder. Mot bakgrund av inslagets syfte och nyhetskaraktär får det eventuella gynnande som kan ha uppstått anses ha uppvägs av ett betydande informationsintresse.

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 av ett

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

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Granskningsnämnden konstaterar att klädmärkets namn på tofflorna åtminstone till viss del syntes i bild under stora delar av inslaget. Nämnden anser att det uppkom ett gynnande av det aktuella varumärket. Med beaktande av programsammanhanget och att det inte i övrigt förekom någon direkt fokusering på tofflorna anser nämnden att det gynnande som uppkom inte gick utöver vad som kan godtas. Sändningen strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Detta beslut har fattats av Kristina Ståhl, Elisabet Bäck, Leif Hedman, Jan Holmberg (skiljaktig), Nedjma Chaouche, Clas Barkman (skiljaktig) och Berivan Yildiz (skiljaktig) efter föredragning av Johannes Wik.

Den skiljaktiga meningen framgår av s. 4.

På granskningsnämndens vägnar

Kristina Ståhl

Johannes Wik

SKILJAKTIG MENING

Ledamöterna Jan Holmberg, Clas Barkman och Berivan Yildiz var skiljaktiga. De anser att inslaget borde fällas och att granskningsnämndens bedömning borde ha följande lydelse.

Granskningsnämnden konstaterar att klädmärkets namn på tofflorna åtminstone till viss del syntes i bild under stora delar av inslaget. Under en kortare del av inslaget var dessutom varumärkets namn helt i fokus. Den tydliga exponeringen av varumärket innebar ett gynnande som gick utöver vad som kan anses motiverat av ett informations- eller underhållningsintresse. Sändningen strider därför mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.