

BESLUT

2018-12-10

Dnr: 18/02565

SAKEN

Aktuellt, SVT2, 2018-07-24, inslag om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker; fråga om otillbörligt gynnande och mediets genomslagskraft

BESLUT

Inslaget frias. Det strider inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen eller bestämmelsen om televisionens särskilda genomslagskraft.

INSLAGET

I det så kallade löpet visades bland annat personer som drack öl och följande sades.

(Kvinna, enligt textning) – Jättegott. Jag tar alla fem! (Programledare, speakerröst) – Ska man få köpa ölen med sig direkt från bryggeriet? Alliansen säger ja, regeringen nej. Det blir debatt i *Aktuellt*.

Inslaget inleddes med ett reportage från en ö i Stockholms skärgård där bland annat chefen för ett ölbryggeri intervjuades om sin verksamhet. I reportaget exponerades bryggeriets logotyp i cirka tre sekunder i närbild på en skylt. Logotypen exponerades också i totalt cirka 13 sekunder på arbetskläder som syntes till och från.

Ett antal av bryggeriets kunder intervjuades även i reportaget, däribland en man och en kvinna som sa följande medan de provsmakade bryggeriets öl (enligt svensk textning).

(Reporter) – Gott? (Man) – Verkligen. Vi kommer från Appleton i Wisconsin. Där har vi ett eget öl, men det här är fantastiskt. (Programledare) – Vad tycker du? (Kvinna) – Jättegott. Jag tar alla fem!

Lite senare sa reportern och bryggerichefen bland annat följande.

(Reporter) – Men skulle ni vilja ha en gårdsförsäljning här? (Chef) – Ja, det, det skulle vi nog vilja ha. Det skulle ge, addera väldigt mycket värde för våra gäster som kommer. Vi håller ju väldigt mycket ölprovningar här ute till exempel, och då har vi mycket internationella gäster, de här gästerna frågar ofta: "Kan man köpa med sig några flaskor hem?", till Japan till exempel. Och då blir det ju lite fånigt när jag måste förklara att: "Nej, du måste ta båten in till stan igen och sedan så måste du leta upp det här Systembolaget och där kan du köpa en ljummen variant av det här ölet".

Efter reportaget från skärgårdsön följde en studiodebatt om gårdsförsäljning av alkohol mellan Moderaternas näringspolitiska talesperson och Socialdemokraternas alkoholpolitiska talesperson.

ANMÄLAN

Anmälaren anser att inslaget innehöll reklam för ett företag som säljer alkohol samt att alkohol framställdes som något bra.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) har getts möjlighet att yttra sig över om inslaget överensstämmer med bestämmelsen om otillbörligt gynnande. Programbolaget anför i huvudsak följande.

Frågan om gårdsförsäljning av alkohol har ett högt informationsvärde eftersom det är ett ämne där åsikterna bland partierna går isär. Våren 2018 fanns det en majoritet i riksdagen som ville att regeringen skulle utreda frågan men ingen sådan utredning har ännu gjorts och Socialdemokraterna tyckte inte att det var ett bra förslag. Detta sammanhang lyftes i påannonseringen, i inslaget och i debatten.

Aktuellt tog upp ämnet i slutet av juli 2018, då frågan låg i tiden och det var mindre än två månader kvar till valet. För att exemplifiera den politiska frågan intervjuades en av många småföretagare som har ett litet bryggeri och han fick svara på frågor kring förutsättningarna för att driva bryggeriet och att klara att överleva på rörelsen. Även fakta om ökningen av antalet mindre bryggerier i Sverige fanns med i inslaget och i påannonseringen sades att bryggeriet var ett av de ställen som hoppas på en lagändring, vilket indikerade att detta är ett av många exempel.

När ägaren intervjuades på bryggan exponerades inte några logotyper. Då företagen filmades i övrigt jobbade de och rörde sig i sin autentiska miljö och hade därför på sig arbetskläder med företagets namn, men de bilderna var vida i utsnittet och förekom enbart några sekunder varje gång så att hela logotypen svårigen var läsbar. En närbild fanns på en företagsskylt men den förekom i

endast cirka tre sekunder. Bryggeriets namn fanns inte i någon namnskylt och nämndes inte heller i speakertexten. Däremot filmades en del av bryggeriets verksamhet för att tydliggöra villkoren för små bryggerier i Sverige, vilket var en autentisk miljö där SVT hade små möjligheter att påverka inspelningsplatsen. Vilken ö som bryggeriet ligger på nämndes bara en gång, vilket redaktionen anser var en rimlig information till tittarna, men varken företagsnamn eller geografi lyftes fram på ett framträdande sätt i inslaget.

Två turister fick uttala sig om vad de tyckte om smaken på bryggeriets öl och de svarade att de tyckte att ölen var god, men ingen speciell vara framhölls och det var en kort sekvens. De filmades i en autentisk situation när de satt och provsmakade öl och de var externa medverkande. Andra turister fick också svara på frågor kring gårdsförsäljning och om de trodde att det kommer att tillåtas av politikerna. Turisterna befann sig på inspelningsplatsen och intervjuades för att låta andra personer än bryggerichefen och politiker få uttala sig i frågan.

Av reportaget framgick att det bland företagare och gäster fanns intresse för gårdsförsäljning av alkohol och inslaget följdes upp av en debatt i studion mellan Moderaternas näringspolitiska talesperson, som vill utreda gårdsförsäljning, och Socialdemokraternas alkoholpolitiska talesperson – som är för ett fortsatt förbud. Båda debattörerna lyfte att de ville behålla monopolet och att en stram alkoholpolitik behövs och är viktig. Helheten av både inslaget och debatten efteråt visade att det fanns ett högt informationsvärde och att bryggeriet var med som exempel för att tittarna på ett lättare sätt skulle kunna sätta sig in i den politiska frågan.

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.

SVT ska ta hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen (16 § sändningstillståndet). Bestämmelsen innebär enligt granskningsnämndens praxis ett krav på varsamhet vid speglingen av bruket av till exempel alkohol, tobak och narkotika.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Granskningsnämnden anser att det uppkom ett gynnande av det ölbryggeri som besöktes i det inledande reportaget, särskilt genom exponeringen av bryggeriets logotyp samt de positiva omdömen som lämnades om bryggeriets öl. Reportaget syftade dock till att illustrera den aktuella politiska frågan om gårdsförsäljning av alkohol som därefter debatterades i studion. Det gynnande som uppkom var därför motiverat av ett tillräckligt informationsintresse. Mot den bakgrunden anser nämnden att inslaget inte strider mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

Enligt nämndens bedömning strider inslaget inte heller mot bestämmelsen om televisionens särskilda genomslagskraft.

Detta beslut har fattats av Malin Bonthron, Ulrika Hansson, Clas Barkman, Bo-Erik Gyberg och Kristina Åberg efter föredragning av Gustav Aspengren.

På granskningsnämndens vägnar

Malin Bonthron

Gustav Aspengren

Originalhandlingar med namnunderskrifter förvaras hos myndigheten.