



FJÖLMÍÐLANEFND

21. nóvember 2018
Ákvörðun 6/2018

Brot 365 miðla á reglum um viðskiptaboð fyrir áfengi í annarri þáttaröð Ísskápastríðs, sem sýnd var á Stöð 2 árið 2017.

I. Málsvik

1.

Þættirnir Ísskápastríð, í umsjón Evu Laufeyjar Kjara og Guðmundar Benediktssonar, voru sýndir á Stöð 2 í október, nóvember og desember 2017. Um var að ræða sjö þætti sem sýndir voru 25. október, 1., 8., 15., 22. og 29. nóvember og 6. desember. Var þetta önnur þáttaröð Ísskápastríðsins en fyrsta þáttaröðin var sýnd árið 2016. Í lýsingu þáttanna á vefnum Vísi, 23. ágúst 2016, sagði m.a. um fyrstu þáttaröðina:

Ísskápastríð er nýr þáttur sem fer í loftið á Stöð 2 í október. Eva Laufey og Gummi Ben munu koma til með að sjá um umsjón þáttanna. Í þáttunum taka alls sex keppendur þátt. Í hverjum þætti verður einn keppandi í liði Guðmundar og annar í liði Evu. Búið verður að raða ísskápum upp og verður kastað upp á hver fær að velja sér ísskáp fyrst. Í hverjum ísskáp eru hráefni til að gera forrétt, aðalrétt, eftirrétt og eitt spjald. Á spjaldinu eru tromp sem hver keppandi má nýta sér, hvenær sem er í leiknum.

Í frétt á vefnum Vísi 4. september 2017 sagði m.a. um þáttaröð nr. 2:

Skemmti- og matreiðsluþátturinn Ísskápastríð, með þeim Evu Laufeyju og Gumma Ben í fararbroddi, snýr aftur í vetur og má gera ráð fyrir svipaðri flugeldasýningu og í fyrstu



FJÖLMÍÐLANEFND

Þáttaröð. „Fyrirkomulagið verður eins, við Gummi fáum til okkar frábæra gesti sem elda með okkur,“ segir Eva og bætir við að núna verði reglurnar strangari.

2.

Fyrsti þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 25. október 2017. Umsjónarmenn og liðsstjórar voru Eva Laufey Kjara (hér eftir ELK) og Guðmundur Benediktsson (hér eftir GB). Gestir voru skemmtikraftarnir Björn Bragi (keppandi 1) og Auðunn Blöndal (keppandi 2).

Þátturinn hefst á því að keppandi 1 velur sér ísskáp af handahófi. Þegar ísskápurinn er opnaður blasa við, auk matvöru, fjórar Adobe hvítvínslöskur í efsta rekka skápsins, fjórar bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois í hillum á ísskápshurð og tvær Adobe hvítvínslöskur, sömuleiðis í hillum á ísskápshurð. Þáttastjórnandi og keppandi virða þetta fyrir sér og ræða saman á meðan:

Þáttastjórnandi: Hvað erum við með hérna? Laxaflök í aðalrétt...

Keppandi 1: Það er alla vega nóg af víni, nóg af víni. Það er það fyrsta sem ég sé.

Keppandi 2 er þá kynntur til leiks og velur sér sömuleiðis ísskáp. Þegar hann er opnaður má sjá fjórar Adobe hvítvínslöskur í efsta rekka og tvær í hurð.

„Já, ok. Ég get drukkið,“ segir keppandinn þá, tekur eina vínflöskuna og handleikur hana svo að vörumerkið blasir við.

Dómararnir tveir, Sigurður Hall (hér eftir SH) og Hrefna Sætran (hér eftir HS), eru kynntir til leiks og keppendur hefjast handa við eldamenskuna. Inn á milli myndskaiða af keppendum birtast myndskaið af dómurum sem sitja við borð. Á borðinu fyrir framan þá eru tvær opnar bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois. Umbúðum vörunnar og vörumerki er stillt fram á áberandi hátt, auk þess sem annar dómari handleikur flöskuna sín megin. Á bak við dómara og keppendur hefur rauðvínslöskum með vörumerkinu Adobe verið stillt upp í hillum. Þessi myndskaið af dómurunum birtast m.a. á mínútu 5.18, 5.23, 6.03, 6.08, 9.19, 9.25, 11.19.

Á mínútu 6.41 nær þáttastjórnandinn GB í tvær Stella Artois bjórflöskur í ísskápinn, tekur þær upp og drekkur úr annarri flöskunni í mynd, auk þess sem hann færir keppanda 1 hina flöskuna.

„Ertu með upptakara?“ segir þáttastjórnandinn ELK þá, tekur upp Stella Artois bjórflösku og gengur í átt að borði mótherja sinna.

„Nei,“ svarar GB og drekkur aftur úr flöskunni.



FJÖLMÍÐLANEFND

„Komdu með þetta. Það er nú það eina sem ég kann hérna, það er að... má ég sjá,“ segir keppandi 2 við hitt borðið um leið og ELK gengur til hans með bjórflösku. Í kjölfarið nær keppandi 2 í upptakara, opnar bjórflöskuna og fær sér sopa.

Það sem eftir lifir þáttar má sjá bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois á borðum beggja liða, auk dómaborðs, og birtist vörumerkið margoft í mynd. Þá eru hvítvínsflöskur með Adobe sömuleiðis sýnilegar á borðum keppenda.

3.

Annar þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 1. nóvember 2017. Gestir eru íþróttafólkið Evert Víglundsson og Annie Mist. Í ísskáp keppanda 1 eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og fjórar bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois, í ísskápshurð. Í ísskáp keppanda 2 eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og þrjár bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois, í ísskápshurð.

Þriðji þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 8. nóvember 2017. Gestir eru leikararnir Halldór Gylfason og Edda Björgvinsdóttir. Í ísskáp keppanda 1 eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og fimm bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois, einnig í ísskápshurð. Í ísskáp keppanda 2 eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og fjórar bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois, einnig í ísskápshurð.

Fjórði þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 15. nóvember 2017. Gestir eru íþróttamaðurinn Hermann Hreiðarsson og þáttastjórnandinn og hárgreiðslumeistarinn Daníel Örn Hinriksson. Í ísskáp keppanda 1 eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og fimm bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois, einnig í ísskápshurð. Í ísskáp keppanda 2 eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og sex bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois, einnig í ísskápshurð. Á meðan keppandi 2 og annar þáttastjórnandinn virða fyrir sér innihald skápsins kallar hinn þáttastjórnandinn:

„Jæja, höldum áfram með þetta.“ Í kjölfarið sést hann taka upp bjórflösku, með vörumerkinu Stella Artois, en tvær slíkar flöskur eru sýnilegar á borði liðsins, bæði í umræddu myndbroti og það sem eftir lifir þáttar.



FJÖLMÍÐLANEFND

Fimmti þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 22. nóvember 2017. Gestir eru tónlistarfólkið Páll Óskar Hjálmtýsson og Þórunn Erna Clausen. Í ísskápum beggja keppenda eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka og tvær í hurð, og fjórar bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois í ísskápshurð, þar sem vörumerkið er vel sýnilegt.

Sjötti þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 29. nóvember 2017. Gestir eru tónlistarkonan Birgitta Haukdal og fjölmiðlamaðurinn Gunnlaugur Helgason. Í ísskápum beggja keppenda eru, auk matvöru, fjórar hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe í efsta rekka, auk þess sem flöskur með sama vörumerki og bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois eru sýnilegar í ísskápshurð.

Sjöundi þáttur Ísskápastríðs í þáttaröð 2 var sýndur 6. desember 2017. Gestir eru íþróttamaðurinn Vernharð Þorleifsson (keppandi 1) og leikarinn Steinþór Hróar Steinþórsson, Steindi (keppandi 2).

Þátturinn hefst á því að keppandi 1 velur sér ísskáp af handahófi. Þegar ísskápurinn er opnaður blasa við, auk matvöru, fjórar Adobe hvítvínsflöskur í efsta rekka skápsins, auk þess sem hvítvínflöskur með vörumerkinu Adobe og bjórflöskur með vörumerkinu Stella Artois eru vel sýnilegar í ísskápshurð. Hið sama blasir við þegar keppandi 2 velur sér ísskáp af handahófi, sbr. eftirfarandi brot úr þættinum:

Keppandi 2: Ókei. Það er tvennt gott ... það er bjór og það er súkkulaði hérna. Síðan er bara eitthvað drasl.

Keppandi 2 sést handleika Stella Artois bjórflösku og súkkulaðistykki. Á hinu borðinu sést keppandi 1 rétta GB sams konar bjórflösku.

Keppandi 2 tekur upp grænt epli.

Keppandi 2: Hvað er ég að fara að gera við þetta?

ELK: Komdu bara í svuntu. Komdu bara í svuntu.

Keppandi 2: Pera.

Keppandi 2 gengur í átt að eldhúsborðinu með bjórflöskuna í annarri hendi og epli í hinni. Leggur hvoru tveggja á borðið.

Keppandi 2: Jæja, þetta gerir þetta svona eitthvað heimilislegt.



FJÖLMIÐLANEFND

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Fjölmiðlanefnd hefur eftirlit með lögum um fjölmiðla nr. 38/2011, skv. 11. gr. laganna. Erindum vegna ætlaðra brota á ákvæðum laganna skal beint til nefndarinnar og tekur hún ákvörðun um það hvort erindi sem henni berast gefi nægar ástæður til meðferðar. Fjölmiðlanefnd er jafnframt heimilt að taka mál upp að eigin frumkvæði.

Þann 16. febrúar 2018 barst fjölmiðlanefnd ábending í tölvupósti þess efnis að í þáttunum Ísskápastríð hefði verið að finna dulin viðskiptaboð í formi vöruinnsetninga á áfengum drykkjum, nánar tiltekið bjór með vörumerkinu Stella Artois og léttvín með vörumerkinu Adobe. Í ábendingunni sagði að keppendur og dómarmar í þáttunum Ísskápastríði sæjust drekka af flöskum merktum Stellu Artois og Adobe og væru vörumerkin vel sýnileg á skjánum. Einnig væri léttvín haft um hönd og sæjust léttvínslöskur merktar Adobe, t.d. í ísskápum keppenda og í hillum. Þessar ætluðu áfengisauklýsingar endurtækju sig nánast í hverjum þætti.

Þær breytingar urðu á eignarhaldi Stöðvar 2 þann 1. desember 2017 að Fjarskipti hf. (Vodafone) eignuðust ljósvakahluta 365 miðla, þar á meðal Stöð 2. Fjölmiðlanefnd óskaði því í fyrstu eftir sjónarmiðum og upplýsingum Fjarskipta hf. með vísan til þess sem að framan greinir með bréfi, dags. 14. desember 2017. Nánar tiltekið var óskað eftir upplýsingum um það hvort Stöð 2/Fjarskipti hf. hefðu þegið greiðslu eða annað endurgjald fyrir áberandi framsetningu hinna áfengu drykkja í þáttunum Ísskápastríð. Fram kom í erindi fjölmiðlanefndar að með hugtakinu „annað endurgjald“ væri m.a. átt við vöruna sjálfa. Þess var óskað að svör Fjarskipta bærust eigi síðar en 5. janúar 2018.

Í svari Fjarskipta, dags. 5. janúar 2018, sagði meðal annars að eins og fjölmiðlanefnd væri kunnugt um hafi Fjarskipti tekið yfir rekstur fjölmiðla- og fjarskiptastarfsemi 365 miðla þann 1. desember sl. Hluti af yfirteknum eignum hafi verið ósýndir þættir og hafi tilgreindur þáttur verið einn af þeim. Í bréfi Fjarskipta var þess krafist að málið verði látið niður falla en yrði það ekki niðurstaðan þyrfti að beina frekari fyrirspurnum vegna málsins til 365, sem hafi séð um framleiðslu þáttanna.

Á fundi fjölmiðlanefndar 25. janúar 2018 voru svör Fjarskipta kynnt fyrir nefndinni og samþykkt að beina sams konar fyrirspurn vegna málsins, og beint hafði verið til Fjarskipta, til 365 miðla í ljósi þess að 365 miðlar framleiddu þættina sem voru auk þess flestir sýndir á meðan Stöð 2 var enn í eigu 365 miðla.



FJÖLMIÐLANEFND

2.

Með bréfi fjölmiðlanefndar, dags. 30. janúar 2018, var óskað eftir sjónarmiðum og upplýsingum 365 miðla hf. með vísan til þess sem að framan greinir. Óskað var eftir upplýsingum um það hvort Stöð 2/ 365 miðlar hefðu þegið greiðslu eða annað endurgjald fyrir áberandi framsetningu hinna áfengu drykkja í þáttunum Ísskápastríð. Vakin var athygli á því að með hugtakinu annað endurgjald væri meðal annars átt við vöruna sjálfa. Óskað var eftir því að svör 365 miðla bærust eigi síðar en 12. febrúar sl.

Með tölvubrési 20. febrúar sl. bárust svör lögmanns 365. Þar sagði að samkvæmt upplýsingum frá fyrrverandi starfsmanni 365, sem séð hafi um auglýsingamál og sé nú starfsmaður Fjarskipta, hafi ekki verið greitt fyrir þessa notkun og hafi 365 ekki þegið endurgjald fyrir.

Fjölmiðlanefnd óskaði jafnframt eftir afriti af þáttunum Ísskápastríð og vísaði lögmaður 365 á Fjarskipti í þeim efnum, þar sem 365 miðlar hefðu ekki lengur aðgang að efnum. Með tölvubrési til aðallögfræðings Fjarskipta 27. febrúar sl. óskaði fjölmiðlanefnd eftir afriti af þáttunum Ísskápastríð og eftir ítrekun beiðninnar 12. mars sl. barst nefndinni umbeðið afrit af þeim.

3.

Á fundi fjölmiðlanefndar 12. mars sl. voru svör 365 miðla kynnt fyrir nefndinni og samþykkt að óska eftir staðfestingu 365 miðla á því að fjölmiðlaveitan hefði greitt fyrir þær áfengu drykkjarvörur sem stillt var fram á áberandi hátt í þáttunum Ísskápastríð. Einnig var samþykkt að óska eftir staðfestingu þess, frá innflytjanda áfengisins, að 365 miðlar hefðu greitt fyrir vörurnar.

Með tölvubrési til lögmanns 365, dags. 16. mars sl., var óskað eftir staðfestingu og eftir atvikum reikningi úr bókhaldi félagsins þess efnis að greitt hafi verið fyrir það áfengi sem neytt var og sem stillt var fram með áberandi hætti í þáttunum Ísskápastríð árið 2017. Þess var óskað að staðfestingin bærst eigi síðar en 23. mars sl. Beiðnin var ítrekuð 3. apríl 2018 þar sem engin svör höfðu borist. Þann 4. apríl sl. barst fjölmiðlanefnd afrit af reikningi, vegna áfengiskaupa fyrir þætti sem sýndir voru á Stöð 2 í október, nóvember og desember. Reikningurinn er dagsettur 12. janúar 2018, með gjalddaga 19. janúar 2018 og ber yfirskriftina *Afrit reiknings*. Reikningurinn er gefinn út á greiðandann 365 miðla hf., Skaftahlíð 24 í Reykjavík, og er merktur kennitölu Vínness ehf., áður Haugen Gruppen ehf: 420178-0349, en nafn Vínness kemur ekki fram á reikningnum. Í liðnum „afhendingarmáti“ segir „BÍLL“. Þar kemur fram að 365 miðlar hafi keypt 5 einingar af Adobe Cabernet Sauvignon Reserva 2016, sem er rauðvín, að upphæð samtals 6753 kr. og 5 einingar af Adobe Chardonnay Reserva 2016, sem er hvítvín,



FJÖLMIÐLANEFND

að upphæð samtals 6753 kr. Þá hafi 365 miðlar keypt 96 einingar af Stella Artois bjór eða fjóra kassa að upphæð samtals 19.619 kr. Alls hafi 365 miðlar keypt áfengi fyrir 36.770 kr.

Þann 16. mars sl. óskaði fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum frá Vínnesi ehf. vegna áberandi framsetningar á Stellu Artois-bjór og Adobe-léttvíni í fyrrgreindum þáttum. Var óskað eftir upplýsingum um það hvort Vínnes ehf. hefði greitt fyrir hina áberandi framsetningu í þáttunum. Einnig var óskað eftir upplýsingum um það hvort 365 miðlar hefðu greitt fyrir þær áfengu drykkjarvörur sem stillt var fram með áberandi hætti í þáttunum. Fram kom að erindi nefndarinnar beindist eðli máls samkvæmt hvoru tveggja að fyrirtækinu Vínnes ehf. og fyrirtækinu Haugen Gruppen ehf., á meðan fyrirtækið bar það nafn.

Í svari Birkis Ívars Guðmundssonar, framkvæmdastjóra Vínness ehf., dags. 22. mars sl., sagðist hann geta staðfest að 365 miðlar hf. hefðu keypt þær vörutegundir af Vínnesi ehf. sem nefndar væru í bréfi fjölmiðlanefndar. Eins kvaðst hann geta staðfest að Vínnes ehf. hafi ekki greitt 365 miðlum fyrir framsetningu umræddra vörumerkja í þáttunum.

4.

Fjölmiðlanefnd sendi 365 miðlum erindi vegna málsins 15 .ágúst sl. Í erindinu kom fram það frummat nefndarinnar að þættirnir Ísskápastríð hefðu innihaldið viðskiptaboð fyrir áfengi með yfir 2,25% áfengisstyrkleika og að 365 miðlar hefðu með miðlun þeirra brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

Í frummatinu fór fjölmiðlanefnd yfir helstu málsatvik og þau lagasjónarmið sem máli skiptu við mat á því hvort 365 miðlar teldust hafa brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Jafnframt kom fram að fjölmiðlanefnd vildi veita 365 miðlum færi á því að koma á framfæri frekari skýringum og sjónarmiðum vegna málsins áður en komist yrði að niðurstöðu um hugsanleg brot félagsins gegn 4. mgr. 37. gr. Bent var á að niðurstaðan fæli einungis í sér frummat fjölmiðlanefndar en ekki endanlega afstöðu hennar til þess hvort 365 miðlar hefðu brotið gegn 4. mgr. 37. gr. Þær ályktanir sem settar væru fram kynnu að breytast gæfu athugasemdir og skýringar 365 miðla tilefni til þess.

Þá benti fjölmiðlanefnd á að brot gegn ákvæðum VI. kafla laga um fjölmiðla, þar á meðal 4. mgr. 37. gr., gætu varðað stjórnvaldssektum, samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. laganna. Við ákvörðun sektar skyldi m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það ætti við. Þá væri fjölmiðlanefnd heimilt að falla frá sektarákvörðun teldist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum væri ekki talin þörf á beitingu sekta. Í slíkum tilvikum væri fjölmiðlanefnd heimilt að gefa út álit sem birt væri á vef hennar, sbr. 5. mgr. 54. gr.



FJÖLMIÐLANEFND

Þess var óskað að athugasemdir og sjónarmið 365 miðla bærust nefndinni eigi síðar en 29. ágúst sl.

5.

Svör 365 við frummati fjölmiðlanefndar bárust með bréfi dags. 5. september sl. Þar höfðu 365 miðlar því alfarið að brotið hafi verið gegn áður nefndu ákvæði. Ekki hafi verið um viðskiptaboð að ræða, heldur eðlilega notkun á löglegum vörum í matreiðsluþætti með keppnisívafi, þar sem lagt hafi verið upp úr skemmtanagildi en ekki endilega matreiðslunni sem slíkri. Keppendur hafi fengið aðgang að hráefni til matreiðslunnar, þ.m.t. léttvíni og bjór, sem þeir hafi einnig mátt neyta meðan á þættinum stóð. Allt hafi þetta verið gert í þeim tilgangi að búa til létt og skemmtilegt sjónvarpsefni.

Á meðal þess sem fram kom í bréfi 365 miðla var að gestum hafi ekki verið uppálagt að fjalla um áfengi, heldur hafi þeir gert það að eigin frumkvæði. Í lögum sé hvergi bannað að fjalla um eða sýna áfengi. Fyrir liggja staðfesting þess efnis að 365 miðlar hafi ekki fengið greitt fyrir að áfengið væri í þáttunum og ekki fengið áfengið endurgjaldslaust. Varðandi fjölda keyþra og sýndra flaskna falli fjölmiðlanefnd í „þá vandræðalegu gryfju að átta sig ekki á sjónhverfingarmöguleikum sjónvarpsins, sem hefur frá upphafi getað látið hlutina líta öðruvísi út en þeir eru í raunveruleikanum,“ eins og það var orðað af hálfu lögmans 365 miðla. Í bréfinu sögðu 365 miðlar ekkert óeðlilegt við að reikningur vegna áfengiskaupa hafi verið gefinn út fyrsta mánuðinn eftir sýningu þáttanna. Þá kom fram að 365 miðlar teldu að skýra bæri bannreglu 4. mgr. 37. gr. þröngri lögskýringu, samkvæmt almennum lögskýringarsjónarmiðum, auk þess sem vafa bæri að skýra þeim í hag sem ætti von á refsingunni. Því gæti niðurstaða fjölmiðlanefndar að mati 365 miðla ekki orðið önnur en sú að láta málið niður falla.

Í bréfinu vísuðu 365 miðlar auk þess til erfiðs rekstrarumhverfis íslenskra fjölmiðla og sögðu fjölmiðlanefnd þurfa að horfa til jafnræðis í störfum sínum. Erlendir miðlar gætu birt áfengisauglýsingar og erlendir þættir sýndu margir hverjir að áfengi væri haft um hönd. Því væri verið að mismuna miðlum eftir uppruna. Loks vöktu 365 miðlar athygli á því að síðasti þátturinn í þáttaröðinni, sem sýndur var 6. desember 2017, hafi verið á ábyrgð Sýnar hf., sem hafi yfirtekið allan rekstur 365 miðla á ljósvakamarkaði þann 1. desember 2017. Var þess krafist af hálfu 365 miðla að málið yrði látið niður falla.



FJÖLMÍÐLANEFND

III. Niðurstaða fjölmiðlanefndar

1.

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að viðskiptaboð séu texti, myndir og/eða hljóð sem sé ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundi atvinnustarfsemi og sé miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning.

Hugtakið vöruinnsetning er skýrt í 42. lið 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að vöruinnsetning sé viðskiptaboð sem taki til allra gerða hljóð- og myndsendinga í viðskiptaskyni sem taki til eða vísi til vöru, þjónustu eða vörumerkis hennar með þeim hætti að þær komi fram í dagskrárlið gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi.

Í 1. másl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir að viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi og tóbak séu óheimil. Þá eru gerðar þær kröfur í 3. másl. 4. mgr. 37. gr. laganna að fullyrðingar sem fram komi í viðskiptaboðum og fjarkaupainnskotum fyrir óáfengar drykkjarvörur þurfi að vera hægt að færa sönnur á. Í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að markmið reglu 4. mgr. 37. gr. sé meðal annars til að vernda neytendur og takmarka neyslu á tóbaksvörum og áfengi. Þannig sé tilgangur ákvæðisins öðru fremur að stuðla að bættu heilsufari almennings. Þá kemur einnig fram í greinargerðinni að ákvæði 3. másl. 4. mgr. 37. gr. sé sett fram til að taka af öll tvímæli um þær óáfengu drykkjarvörur sem verið er að auglýsa séu sannarlega á markaði fyrir neytendur. Einungis sé heimilt að auglýsa drykki sem hafi minna en 2.25% áfengisinnihald.

Í skýringum við 39. gr. í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla kemur fram að með hugtakinu *annað endurgjald* sé t.d. átt við það þegar greitt sé fyrir vöruinnsetningu með vörum eða þjónustu. Jafnframt kemur þar fram að ekki skiptir máli í þessu samhengi hver þiggi greiðslu eða annað endurgjald fyrir vöruinnsetninguna. Þannig geti það t.d. verið viðkomandi fjölmiðlaþjónustuveitandi, framleiðandi hljóð- og myndefnisins eða jafnvel þeir einstaklingar sem komi að framleiðslu efnisins.

Reglur um auglýsingar og önnur viðskiptaboð í lögum um fjölmiðla byggja að stærstum hluta á samsvarandi reglum í hljóð- og myndmiðlunartilskipun Evrópusambandsins 2010/13/ESB. Í hljóð- og myndmiðlunartilskipuninni eru áfengisauglýsingar í sjónvarpi þó ekki bannaðar, heldur er þar að finna reglur um innihald og framsetningu sjónvarpsauglýsinga og fjarkaupa á áfengi. Í öllum EES-ríkjum eru að lágmarki í gildi einhvers konar takmarkanir á



FJÖLMIÐLANEFND

áfengisauglýsingum í sjónvarpi, á grundvelli nefndra reglna. Samkvæmt tilskipuninni er t.d. bannað að beina áfengisauglýsingum í sjónvarpi sérstaklega að ólögráða börnum og óheimilt að skapa þá ímynd að neysla áfengis stuðli að félagslegri eða kynferðislegri velgengni. Reglur hljóð- og myndmiðlunartilskipunarinnar eru lágmarksreglur og er aðildarríkjum EES heimilt að setja strangari reglur en þar er að finna, líkt og m.a. Ísland, Noregur, Svíþjóð og Frakkland hafa gert.

2.

Í þáttunum Ísskápastríð var tilteknum áfengum drykkjarvörum stillt fram með áberandi hætti, nánar tiltekið bjór með vörumerkinu Stella Artois og léttvíni með vörumerkinu Adobe. Hvorug drykkjarvaran er fáanleg á markaði í óáfengri útgáfu, þ.e. með 2,25% eða lægra áfengisinnihaldi, sem þýðir að óheimilt er að auglýsa vöruna í fjölmiðlum samkvæmt 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi. Í því felst að vöruinnsetningar fyrir þessar áfengistegundir eru jafnframt bannaðar en vöruinnsetningar eru ein tegund viðskiptaboða, skv. skilgreiningu þess hugtaks í lögum um fjölmiðla.

Kemur þá til skoðunar hvort hin áberandi framsetning á áður nefndum vörutegundum í annarri þáttaröð Ísskápastríðs, teljist til viðskiptaboða í skilningi laga um fjölmiðla.

Í hverjum þætti Ísskápastríðs voru margar áfengisflöskur með vörumerkinu Adobe sýnilegar í mynd og var þeim stillt upp með þeim hætti að vörumerkið var afar áberandi. Þar á meðal voru að lágmarki sex Adobe-hvítvínsflöskur í hverjum ísskáp, oftast fjórar í rekka og tvær í hurð. Þar sem tveir ísskáp voru opnaðir í hverjum þætti voru að lágmarki tólf hvítvínsflöskur með vörumerkinu Adobe sýnilegar í ísskápum keppenda í hverjum þætti. Að auki var fjölmörgum rauðvínsflöskum með vörumerkinu Adobe stillt upp í hillum á bak við dómara og keppendur. Þá var bjórflöskum með vörumerkinu Stella Artois stillt upp í ísskápshurð með þeim hætti að merkimiðinn fyrir miðju flasknanna sneri fram, auk þess sem bjórflöskum með sama vörumerki var stillt upp á borðum keppenda. Að mati fjölmiðlanefndar var framangreind uppstilling og framsetning áfengra drykkja í þáttunum til þess fallin að vekja athygli á vörumerkjunum Adobe og Stella Artois í auglýsingaskyni. Í þessu sambandi er enn fremur til þess að líta að í öllum þáttunum var um sama framleiðandann að ræða og var flöskunum þannig stillt upp að viðkomandi vörumerki voru afar áberandi. Er það að mati nefndarinnar enn frekar til þess fallið að renna stoðum undir að um viðskiptaboð fyrir áfengi hafi verið að ræða.

Fjölmiðlanefnd fær ekki séð að notkun og neysla bjórs eða annars áfengis geti talist svo algeng við matreiðslu að réttlæti neyslu, notkun og áberandi framsetningu tiltekinna vörumerkja fyrir áfengi í sjónvarpsþætti þar sem þekktir og vinsælir einstaklingar koma fram og m.a. neyta áfengis í mynd. Slík framsetning er að mati nefndarinnar ekki í samræmi við ákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi.



FJÖLMIÐLANEFND

Þá telur fjölmiðlanefnd að til þess beri að líta að þátturinn Ísskápastríð var tekinn upp fyrir fram, þ.e. ekki sýndur í beinni útsendingu. Þótt samtöl keppenda, líkt og þau orðaskipti sem að framan er vísað til, hafi ekki farið eftir fyrirfram skrifuðu handriti hafi endanleg klipping og framsetning dagskrárefnisins, og þar með ritstýringarvald, verið í höndum framleiðanda þáttarins.

365 miðlar lögðu fram afrit reiknings úr bókhaldi félagsins við meðferð málsins. Á reikningnum kemur fram að 365 miðlar hafi keypt fimm flöskur af Adobe Cabernet Sauvignon Reserva 2016, sem er rauðvín, að upphæð samtals 6753 kr. og fimm flöskur af Adobe Chardonnay Reserva 2016, sem er hvítvín, að upphæð samtals 6753 kr., vegna gerðar þáttanna Ísskápastríð. Samkvæmt reikningnum virðast 365 miðlar einungis hafa greitt fyrir tíu léttvínslöskur þótt mun fleiri flöskur hafi verið notaðar við gerð þáttanna. Því er ekkert samræmi á milli umrædds reiknings og fjölda þeirra léttvínslöskna sem sýnilegar eru í hverjum þætti Ísskápastríðs.

Þá er reikningurinn sem 365 miðlar lögðu fram dagsettur nokkrum mánuðum eftir sýningu þáttanna á Stöð 2 eða þann 12. janúar 2018, en þættirnir Ísskápastríð voru á hinn bóginn sýndir á Stöð 2 í október, nóvember og desember 2017, auk þess sem gera má ráð fyrir að þeir hafi verið teknir upp nokkru fyrir þann tíma. Að mati fjölmiðlanefndar getur reikningur, sem dagsettur er mörgum mánuðum eftir sýningu viðkomandi þátta, vart talist trúverðugt gagn til staðfestingar þess að 365 miðlar hafi greitt fyrir allar þær áfengu vörutegundir sem stillt var upp með áberandi hætti í leikmynd Ísskápastríðs með þeim afleiðingum að ekki teljist um viðskiptaboð að ræða, auk þess sem augljóst er að mun fleiri áfengisflöskum var stillt fram í hverjum þætti en þeim sem tilgreindar eru á reikningnum.

3.

Við meðferð málsins hafa 365 miðlar lýst því sjónarmiði að 365 miðlar beri ekki ábyrgð á sjöunda og síðasta þættinum, í þáttaröðinni Ísskápastríði, sem sýndur var 6. desember 2017, eða eftir að kaup Fjarskipta (Vodafone) á ljósvakahluta 365 miðla höfðu gengið í gegn.

Fjölmiðlanefnd telur að líta megi á miðlun þáttaraðarinnar í heild sem eitt og sama brotið. Ljóst sé að 365 miðlar hafi framleitt alla þættina og sýnt þá flesta, að einum undanskildum. Líta megi til þess að einungis vika hafi liðið frá eigendaskiptum að Stöð 2, þann 1. desember 2017, þar til síðasti þátturinn í þáttaröðinni Ísskápastríð hafi verið sýndur á Stöð 2. Því verði ábyrgð vegna sýningar síðasta þáttarins í fyrrnefndri sjónvarpsþáttaröð ekki felld á Fjarskipti hf, heldur hafi miðlun annarrar þáttaraðar Ísskápastríðs, sem sýnd var á Stöð 2 árið 2017, verið á ábyrgð fjölmiðlaveitunnar 365 miðla.



FJÖLMIÐLANEFND

Að öllu framangreindu virtu er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að áberandi framsetning áfengra vörutegunda í annarri þáttaröð Ísskápastríðs, sem sýnd var á Stöð 2 í október, nóvember og desember 2017, teljist til vörunnsetninga fyrir vörumerkin Stella Artois og Adobe, sem falli undir hugtakið viðskiptaboð í skilningi laga um fjölmiðla. Hafi 365 miðlar ekki getað sýnt fram á með trúverðugum hætti að þær vínflöskur sem sýnilegar voru í þáttaröðinni hafi einungis verið hluti af leikmynd og að 365 miðlar hafi greitt fyrir þær allar.

Hafi önnur þáttaröð Ísskápastríðs því innihaldið viðskiptaboð fyrir áfengi með yfir 2,25% áfengisstyrkleika og hafi 365 miðlar með miðlun hennar árið 2017 brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Með vísan til þeirrar niðurstöðu telur fjölmiðlanefnd nauðsynlegt að banna áframhaldandi miðlun dagskrárefnisins að viðlögðum sektum, sbr. 1. mgr. 52. gr., sbr. einnig p-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla.

Samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur sé brotið gegn ákvæðum VI. kafla laga um fjölmiðla, þar á meðal 4. mgr. 37. gr.

Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það á við. Við meðferð málsins hafa 365 miðlar ekki upplýst um tekjur af broti. Með vísan til eðlis brots og þess að 365 miðlar hafa áður gerst brotlegir gegn 4. mgr. 37. gr. telur fjölmiðlanefnd hæfilegt að sektin nemi 750.000 kr.

IV. Ákvörðunarorð

365 miðlar brutu gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með miðlun viðskiptaboða fyrir áfengi með yfir 2,25% styrkleika, í þáttaröðinni Ísskápastríði sem sýnd var á Stöð 2 í október, nóvember og desember 2017. 365 miðlar greiði 750.000 kr. í stjórnvaldssekt.

Hulda Árnadóttir

Halldóra Þorsteinsdóttir

Björn Vignir Sigurpálsson

Finnur Beck

Róbert H. Haraldsson