



FJÖLMIÐLANEFND

Reykjavík 3. mars 2017
Ákvörðun nr. 4/2017

Brot 365 miðla á 4. mgr. 37. gr. laga nr. 38/2011 vegna auglýsinga á bjór í tengslum við sýningar á þáttunum Game of Thrones

I. Málsvik

Með ákvörðun fjölmiðlanefndar nr. 2/2016 var það niðurstaða nefndarinnar að birting RÚV ohf. á auglýsingu fyrir Egils Gull, frá Ölgerðinni Agli Skallagrímssyni, hér eftir Ölgerðin, með vísan í verðlaun World Beer Awards 2011, hafi falið í sér brot á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011, hér eftir laga um fjölmiðla. Í tilvitnaðri lagagrein segir m.a að viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi séu óheimil. Í kjölfar ákvörðunarinnar sendi fjölmiðlanefnd tölvubréf til 365 miðla, sem og allra skráðra hljóð- og myndmiðla hér á landi, þar sem niðurstaða nefndarinnar var kynnt fyrir fjölmiðlaveitunum og þeim bent á að birting nefndrar auglýsingar fæli að mati fjölmiðlanefndar í sér brot á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

Fjölmiðlanefnd barst ábending þess efnis að sama auglýsing hafi verið sýnd á Stöð 2 á tímabilinu frá 11. mars til maíloka 2016, í tengslum við sýningar á þáttaröðinni Game of Thrones, og óskaði nefndin í framhaldinu eftir upplýsingum frá 365 miðlum um það hvaða daga og hve oft á umræddu tímabili viðskiptaboðin hefðu verið birt. Þá óskaði nefndin einnig eftir upplýsingum um tekjur 365 miðla vegna viðskiptaboðanna og afriti af auglýsingunni.



FJÖLMIÐLANEFND

II. Efnislegt innihald, málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

Í fyrsta myndaramma í auglýsingu Ölgerðarinnar, sem var andlag ákvörðunar 2/2016, er drykk hellt úr glerflösku í glas með áletruninni „Gull“. Á hálsi flöskunnar er borði í rauðum, hvítum, gylltum og svörtum lit. Því næst birtast tveir menn á skjánum og af látbragði þeirra má ráða að þar eigi sér stað ánægjulegur vinafundur, sem tengist neyslu drykkjarins. Í síðasta myndaramma auglýsingarinnar bregður fyrir mynd af drykk í glasi, ásamt texta og myndum til hliðar. Efst er vörumerkið „Gull – bruggaður með íslensku byggi“, þá myndir af verðlaunapeningum, því næst textinn „OKKAR BJÓR.“ „World’s Best Standard Lager“ og loks „2.25% ALC: VOL.“ Á vef Ölgerðarinnar, www.olgerdin.is kemur fram að drykkurinn Egils Gull hafi árið 2011 verið valinn besti standard lager bjórinn í heiminum, í samkeppninni World Beer Awards.¹ Sömu upplýsingar eru birtar á vef WBA, World Beer Awards, á vefnum eru veittar ítarlegri upplýsingar um drykkinn sem hlaut verðlaunin og birt mynd af drykkjarumbúðunum Egils Gull sem merktar eru 5%, auk eftirfarandi upplýsinga: ABV: 5% Origin: Iceland. Category: Lager,² en þekkt er að skammstöfunin ABV er stytting á „Alcohol By Volume“ og táknar áfengisinnihald.

Fjölmiðlanefnd sendi 365 miðlum bréf þann 3. júní 2016 þar sem greint var frá því að nefndinni hefðu borist ábendingar þess efnis að sama auglýsing og var andlag ákvörðunar fjölmiðlanefndar nr. 2/2016 væri til sýninga á Stöð 2 í tengslum við sýningu þáttaraðarinnar Game of Thrones. Óskaði fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum um það hvort og þá hvenær auglýsingin hefði verið til sýninga á Stöð 2. Jafnframt var óskað eftir afriti af auglýsingunni sem og upplýsingum um tekjur 365 miðla af miðlun auglýsingarinnar.

Í svari 365 miðla, sem barst fjölmiðlanefnd þann 3. ágúst 2016, var farið fram á að málið yrði látið niður falla. Hafnaði fjölmiðlaveitan því alfarið að hafa brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla við sýningu auglýsingar á Egils Gulli í tengslum við þáttaröðina Game of Thrones á Stöð 2. Sagði í svari 365 miðla að ekki hafi verið um sömu auglýsingu að ræða og fjallað var um í ákvörðun fjölmiðlanefndar nr. 2/2016. 365 miðlar bentu á að tvær forsendur hafi legið til grundvallar tilvitnaðrar ákvörðunar nefndarinnar, annars vegar vísan í verðlaun sem Egils Gull 5% bjórinn hlaut árið 2011 og hinsvegar mynd af glerumbúðum undir léttöl sem ekki höfðu verið markaðssettar á almennum markaði. Auglýsingin sem sýnd var á Stöð 2 innihélt, að sögn 365 miðla, hvorki vísan í umrædd verðlaun né var þar mynd af glerumbúðum undir léttöl. Í svari 365

¹ Vefur Ölgerðarinnar Egils Skallagrímssonar: „Egils Gull valinn bestir standard lagerbjórinn“ sótt 13. desember 2016 af <<http://www.olgerdin.is/frettir/egils-gull-valinn-besti-standard-lager-bjorinn/119>>

² Vefur WBA, World Beer Awards: „Ölgerðin Egill Skallagrímsson Gull“ sótt 13. desember 2016 af <<http://www.worldbeerawards.com/lger-in-egill-skallagr-msson-gull.6835.html>>



FJÖLMIÐLANEFND

miðla var því að auki haldið fram að Ölgerðin hefði frá a.m.k 11. mars 2016 selt Egils Gull 2.25% í glerumbúðum. Að síðustu kom fram í svörum 365 að þar sem krafa væri gerð á niðurfellingu málsins þætti fjölmiðlaveitunni ekki ástæða til að upplýsa um tekjur 365 miðla af auglýsingunni.

Fjallað var um málið á fundi fjölmiðlanefndar þann 15. ágúst 2016 og samþykkt að óska eftir frekari upplýsingum frá 365 miðlum. Í bréfi fjölmiðlanefndar til 365 miðla, dags. 24. ágúst 2016, var með vísan til 1. mgr. 12. gr. laga um fjölmiðla óskað eftir upplýsingum um það hvenær vísan í World Beer Awards 2011 og myndskleið af glerflösku hefði verið fjarlægð úr auglýsingunni auk þess hvenær sýningar á auglýsingunni í breyttu formi, í tengslum við sýningu þáttaraðarinnar Game of Thrones á Stöð 2, hefðu hafist.

Svar 365 miðla barst fjölmiðlanefnd þann 19. september 2016. Þar sagði að upplýsingar um verðlaunin í auglýsingunni hafi verið fjarlægðar í byrjun maí árið 2016. Fram kom að samkvæmt upplýsingum frá Ölgerðinni hefðu verðlaunin sem vísað er til í auglýsingunni einnig náð til léttöls með 2,25% áfengisinnihaldi. 365 miðlar beindu þeim tilmælum til fjölmiðlanefndar að afla frekari upplýsinga hjá Ölgerðinni hvað varðaði umrædd verðlaun. Jafnframt sögðu 365 miðlar að Egils gull með 2,25% áfengisinnihaldi í glerflöskum hefði verið selt frá því í byrjun marsmánaðar 2016. Að síðustu ítrekuðu 365 miðlar fyrri afstöðu sína þess efnis að ekki hafi verið um brot að ræða af hálfu fjölmiðlaveitunnar.

Fjölmiðlanefnd sendi ABS-fjölmiðlahúsi erindi í september 2016 þar sem óskað var eftir upplýsingum um það hvort sama auglýsing og var andlag ákvörðunar fjölmiðlanefndar nr. 2/2016 hafi verið til sýningar á ljósvakamiðlum á tímabilinu maí til júní 2016. Í svari ABS-fjölmiðlahúss, sem barst nefndinni þann 23. september sl. kom meðal annars fram að auglýsingin hafi verið sýnd í tvígang á Stöð 2 þann 23. maí 2016 í tengslum við þáttaröðina Game of Thrones.

Fjölmiðlanefnd svaraði erindi 365 miðla þann 30. september sl. og óskaði á ný eftir upplýsingum um það hversu oft viðskiptaboð Ölgerðarinnar fyrir Egils Gull, með vísan í verðlaunin Word Beer Awards 2011, hafi verið sýnd á Stöð 2 á tímabilinu 11. mars til maíloka árið 2016. Óskaði nefndin einnig eftir upplýsingum um tekjur 365 miðla vegna viðskiptaboðanna. Í svari nefndarinnar kom fram að óumdeilt væri að auglýsing, sem í öllum meginatriðum væri sambærileg þeirri auglýsingu á Egils Gull og var andlag ákvörðunar fjölmiðlanefndar nr. 2/2016, hafi verið sýnd í tengslum við þáttaröðina Game of Thrones frá 11. mars og fram í maí 2016. Þá greindi fjölmiðlanefnd frá því að ABS-fjölmiðlahúsi hefði verið sent afrit af viðskiptaboðum sambærilegum þeim sem fjallað var um í ákvörðun nefndarinnar nr. 2/2016 og að samkvæmt niðurstöðu ABS-fjölmiðlahúss, sem borist hafði fjölmiðlanefnd 23. september sl., hafi sambærileg auglýsing síðast verið sýnd á Stöð 2 þann



FJÖLMÍÐLANEFND

23. maí 2016. Í svari fjölmiðlanefndar sagði að þau meginrök sem ákvörðun nefndarinnar nr. 2/2016 byggði á væru einnig fyrir hendi varðandi birtingar Stöðvar 2 á auglýsingum á Egils Gulli í tengslum við sýningar á þáttaröðinni Game of Thrones. Í auglýsingunum hafi verið vísað til verðlauna sem bjórin Egils Gull með 5% áfengisinnihaldi hafi hlotið.

Í svari 365 miðla, dags. 18. nóvember 2016, var þess aðallega krafist af hálfu fjölmiðlaveitunnar að málið yrði látið niður falla og til vara að öll fjölmiðlanefnd og starfsmenn hennar vikju sæti við frekari meðferð málsins. Kröfur 365 miðla voru studdar þeim rökum að í bréfi fjölmiðlanefndar dags. 30. september 2016 hefði komið fram að fjölmiðlanefnd óskaði eftir upplýsingum frá ABS-fjölmiðlahúsi um birtingar á ólögsmætum viðskiptaboðum fyrir áfengi á Stöð 2 í tengslum við sýningar á þáttaröðinni Game of Thrones. Sögðu 365 miðlar að með orðalaginu „ólögsmæt viðskiptaboð“ væri ljóst að þrátt fyrir að málið væri enn til meðferðar og rannsóknar hjá fjölmiðlanefnd væri stjórnvaldið búið að taka afstöðu til málsins á rannsóknarstigi og að 365 miðlar gætu ekki unað slíkum vinnubrögðum. Sögðust 365 miðlar ekki eiga að þurfa að þola að taka þátt í sýndarmálsmeðferð þegar afstaða stjórnvalds lægi fyrir. 365 miðlar vísuðu til 6.tl. 1.mgr. 3.gr. stjórnsýslulaga og bentu á að framkvæmdin væri sú að láti stjórnvald uppi afstöðu sína á málsmeðferðarstigi, sérstaklega þegar til greina kemur að beita refsikenndum viðurlögum í formi sekta, þá væri málsmeðferðin ónýtt. Sögðu 365 miðlar að um tvennt væri að velja, annað hvort að fella málið niður eða fela það nýjum aðilum. Var það mat 365 miðla að formaður fjölmiðlanefndar, nefndarmenn og starfsmenn stjórnvaldsins væru vanhæfir til frekari meðferðar þess. Að síðustu sagði í bréfi 365 miðla að fjölmiðlaveitan ætlaði ekki að tjá sig frekar um málið fyrir en leyst hefði verið úr þessum þætti en áskildi sér rétt til að koma athugasemdum sínum á framfæri yrði um áframhald að ræða á málinu.

Í bréfi fjölmiðlanefndar sem sent var 365 þann 15. desember 2016 kom meðal annars fram það frummat að auglýsing á Egils Gulli, sem sýnd var á Stöð 2 á tímabilinu 11. mars og fram í maí 2016 í tengslum við sýningu þáttanna Game of Thrones, teljist til viðskiptaboða fyrir áfengi með yfir 2.25% áfengisinnihaldi og hafi 365 miðlar þar með brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Jafnframt væri það mat fjölmiðlanefndar að í nefndri auglýsingu á Egils Gulli væri vísað til verðlaunanna World Beer Awards árið 2011 og ekki hafi verið færðar sönnur á þær fullyrðingar sem fram komu í auglýsingunni þess efnis að drykkurinn Egils Gull með 2.25% áfengisinnihaldi hafi hlotið verðlaunin sem auglýsingin vísaði í.

Í bréfinu fór fjölmiðlanefnd einnig yfir helstu málsatvik og þau lagasjónarmið sem máli þóttu skipta við mat á því hvort 365 hafi brotið gegn ákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Fram kom að fjölmiðlanefnd vildi veita 365 miðlum tækifæri á að koma á framfæri frekari sjónarmiðum í málinu. Bent var á að niðurstaða erindisins fæli í sér frummat fjölmiðlanefndar en ekki endanlega



FJÖLMÍÐLANEFND

afstöðu hennar til þess hvort 365 hefðu brotið gegn framangreindu lagaákvæði. Þær ályktanir sem settar væru fram kynnu að breytast gæfu athugasemdir og skýringar 365 tilefni til þess.

Fjölmíðlanefnd benti á að fyrirspurn nefndarinnar til ABS-fjölmíðlahúss hefði verið orðuð á þann hátt sem raunin var sökum þess að í ákvörðun 2/2016 hefði nefndin komist að þeirri niðurstöðu að auglýsingin, sem var andlag þeirrar ákvörðunar, færi gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla og því væri um ólögmet viðskiptaboð að ræða að mati nefndarinnar.

Þá óskaði fjölmíðlanefnd eftir upplýsingum um tekjur 365 miðla af sýningu auglýsingarinnar sem um ræddi. Þess var óskað að athugasemdir og sjónarmið 365 miðla bærust nefndinni eigi síðar en 6. janúar sl.

Svar 365 miðla barst með bréfi dags. 18. janúar sl. Þar kom fram að 365 litu það mjög alvarlegum augum að augljóslega vanhæfir starfsmenn og nefndarmenn fjölmíðlanefndar ætluðu sér að halda áfram með málið. Gagnrýndu 365 miðlar á ný orðalag fyrirspurnar fjölmíðlanefndar til ABS-fjölmíðlahúss, þegar nefndin fór þess á leit við fjölmíðlahúsið að kanna birtingar á „ólögmetum viðskiptaboðum“ fyrir áfengi á Stöð 2. Sögðu 365 miðlar sjónarmið fjölmíðlanefndar þess efnis að nefndin hafi með framangreindu orðalagi verið að vísa í niðurstöðu sína í ákvörðun 2/2016 ekki ná nokkurri átt. 365 miðlar hefðu byggt á því frá upphafi að ekki væri um sömu auglýsingu að ræða. Að mati 365 miðla hafði skýrt komið í ljós að nefndarmenn, sem þegar hefðu tekið afstöðu til málsins, ætluðu sér að úrskurða í því og tilvitnanir í bréfi fjölmíðlanefndar þess efnis að um frummat væri að ræða yrðu hálf hjákátlegar þegar horft væri á málið í því samhengi. Ítrekuðu 365 miðlar þá kröfu sína að málið yrði látið niður falla. Þá sagði í bréfi 365 miðla að frummat fjölmíðlanefndar þess efnis að 365 miðlar hafa brotið gegn 4. mgr. 37. gr. fjölmiðlalaga væri byggt á tveimur forsendum: Annars vegar þeirri að í auglýsingunni væri vísað til vörutegundar sem hafi 5% áfengisinnihald og hinsvegar að auglýsingin vísaði til verðlaunanna World Beer Awards frá árinu 2011. 365 miðlar sögðu starfsmenn Ölgerðarinnar hafa fullyrt að tilgreind vara, Egils Gull í gleri með 2.25% áfengisinnihaldi, hafi verið á boðstólnum frá 1. mars 2016 á veitingahúsum og fleiri stöðum. Þá stæðu starfsmenn Ölgerðarinnar í þeirri trú að verðlaunin sem vísað var í, í auglýsingunni sem um er deilt, hafi einnig náð til sama bjórs með lítið eða ekkert alkóhólinnihald. Bentu 365 miðlar á að útilokað væri fyrir 365 sem fjölmiðil að rannsaka þessi atriði áður en til birtingar kæmi. Þegar og af þeirri ástæðu væru ekki skilyrði til að leggja stjórnvaldssekt á 365 miðla yrði talið, þvert gegn væntingum 365 miðla, að um áfengisauglýsingu hafi verið að ræða. Þá kom fram að 365 miðlar teldu að fjölmíðlanefnd yrði að taka afstöðu til þess hvort hún teldi að ákvæði fjölmiðlalaga væru nægilega skýr, svo hægt væri að beita 365 hlutlægri refsíabýrgð, en 365 teldi ómögulegt að svo væri. 365 miðlar upplýstu að tekjur fjölmíðlaveitunnar vegna



FJÖLMIÐLANEFND

viðskiptaboðanna hefðu numið [...]. Að síðustu var krafa um niðurfellingu málsins ítrekuð og til vara var þess krafist að 365 yrði ekki gert að sæta viðurlögum vegna málsins.

Fyrir liggja upplýsingar frá ABS-fjölmiðlahúsi sem staðfesta að auglýsing með vísan í World Beer Awards hafi verið sýnd í tengslum við sýningar þáttaraðarinnar Game of Thrones. 365 miðlar sögðu í bréfi til fjölmiðlanefndar dags. þann 19. september 2016 að vísan í umrædd verðlaun hafi verið fjarlægð úr auglýsingunni í maí 2016. Er það í samræmi við upplýsingar frá ABS-fjölmiðlahúsi þar sem fram kemur að auglýsing með vísan í umrædd verðlaun hafi verið sýnd á Stöð 2 þann 23. maí 2016. Fjölmiðlanefnd telur því óumdeilt að auglýsing sem fór í bága við 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla hafi verið sýnd á Stöð 2 þann 23. maí 2016.

III. Niðurstaða

1.

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 40. tl. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að viðskiptaboð séu texti, myndir og/eða hljóð sem ætlað sé 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 teljist m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning.

Í 1. málsl. 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. málsl. 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. málsl. 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 kjölfar ákvörðunar fjölmiðlanefndar nr. 2/2016 sendi fjölmiðlanefnd öllum skráðum hljóð- og myndmiðlum hér á landi erindi þar sem bent var á að birting auglýsingar þeirrar sem var andlag



FJÖLMÍÐLANEFND

ákvörðunar fjölmiðlanefndar fæli að mati nefndarinnar í sér brot á 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Því mátti fjölmiðlaveitum vera ljóst að birting auglýsingarinnar fæli í sér brot á tilvitnaðri lagagrein. Samkvæmt upplýsingum frá ABS-fjölmiðlahúsi var sama auglýsing sýnd á Stöð 2 í tengslum við sýningar á þáttaröðinni Game of Thrones. Svör 365 miðla hafa verið á þá leið að ekki hafi verið um sömu auglýsingu að ræða, en 365 hafa ekki orðið við óskum fjölmiðlanefndar þess efnis að senda nefndinni afrit af auglýsingunni sem sýnd var á tímabilinu 11. mars og fram í maí 2016 í tengslum við sýningar Stöðvar 2 á Game of Thrones. Þá hafa 365 miðlar einnig sagt starfsmenn Ölgerðarinnar standa í þeirri trú að verðlaunin, World Beer Awards 2011, sem vísað er til í auglýsingunni nái til sama bjórs með lítið eða ekkert áfengisinnihald. Er það mat fjölmiðlanefndar að ekki hafi verið færðar sönnur fyrir þeim fullyrðingum að áfengisminni útgáfa af Egils Gull hafi hlotið sömu verðlaun og Egils Gull með 5% áfengisinnihaldi.

2.

Á grundvelli alls framangreinds er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að auglýsing á Egils Gulli sem sýnd var á Stöð 2 í tengslum við sýningu þáttanna Game of Thrones teljist til viðskiptaboða fyrir áfengi með yfir 2.25% áfengisinnihaldi og hafi 365 miðlar þar með brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Það er jafnframt mat fjölmiðlanefndar að í nefndri auglýsingu á Egils Gulli sé vísað til vörutegundar sem hafi 5% áfengisinnihald en ekki 2,25%. Í auglýsingunni er vísað til verðlaunanna World Beer Awards árið 2011 og ekki hafa verið færðar sönnur á þær fullyrðingar sem fram koma í auglýsingunni þess efnis að drykkurinn Egils Gull með 2.25% áfengisinnihald hafi hlotið verðlaunin sem auglýsingin vísar í. Því telur fjölmiðlanefnd ekki augljóst að auglýsingin vísi til óáfengs drykkjar, svo sem áskilið er í lögum, heldur vísi hún þvert á móti til hinnar áfengu framleiðslu og þeirra verðlauna sem áfengur bjór með 5% áfengisinnihaldi hlaut árið 2011.



FJÖLMÍÐLANEFND

IV. Ákvörðunarorð

„365 miðlar brutu gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með birtingu auglýsingar fyrir Egils Gull á Stöð 2 á þann 23. maí. 365 miðlar greiði 250.000 kr. í stjórnvaldssekt.“

Fyrir hönd fjölmiðlanefndar,

Ingi Hrafn Óskarsson

Salvör Nordal

Vilhjálmur H. Vilhjálmsson