



FJÖLMIÐLANEFND

14. febrúar 2025
Álit nr. 1/2025

Viðskiptaboð fyrir áfengi á mbl.is

I. Málsvik

Fjölmiðlanefnd barst kvörtun þann 30. október 2024 frá Kristleifi Skarphéðni Brandssyni þar sem fram kom að á netmiðlinum mbl.is hefði sama dag birst auglýsing fyrir tónleika hljómsveitarinnar Skálmaldar þar sem sást vörumerki „Tuborg Guld Pilsner“. Að mati kvartanda væri greinilega verið að auglýsa fyrrnefnda vöru, sem væri áfeng, en ekki kom fram í auglýsingunni að um léttöl væri að ræða. Með kvörtuninni fylgdu skjáskot af auglýsingunni af vef mbl.is, skjáskot af vef framleiðandans Carlsberg, þar sem fram kemur hvert áfengisinnihald „Tuborg Guld Pilsner“ er, og stækkuð mynd af auglýsingu Skálmaldar.

Í auglýsingunni sem birtist á vef mbl.is mátti sjá heiti hljómsveitarinnar Skálmaldar með stórum stöfum ásamt myndum af ýmsum plötuumslögum sveitarinnar. Komu fram upplýsingar um tónleikana sjálfa, hvenær þeir yrðu haldnir og fleira. Efst í hægra horni auglýsingarinnar birtist vörumerki „Tuborg Guld Pilsner“. Ekki kom fram í texta við vörumerkið eða með öðrum hætti að um léttöl væri að ræða. Á vef framleiðandans Carlsberg má sjá að „Tuborg Guld Pilsner“ inniheldur 5,6% áfengi, eins og sást á skjáskoti með kvörtuninni.

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Þann 21. nóvember 2024 óskað Fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum og sjónarmiðum Árvakurs hf. (Árvakur) vegna kvörtunarinnar og ætlaðra brota gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011



FJÖLMIÐLANEFND

(lög um fjölmiðla) um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi. Var þess óskað að svör bærust eigi síðar en 5. desember 2024.

Með tölvupósti þann 5. desember 2024 bárust svör við erindi Fjölmiðlanefndar frá Árvakri. Í svarerindinu kom fram að Árvakur hafi lagt á það ríka áherslu að birta ekki áfengisauglýsingar í miðlum sínum. Í umræddu tilviki hafi hins vegar verið gerð mistök og auglýsing fyrir tónleika, þar sem sjá mætti vörumerki frá Tuborg, hafi óvart verið sett inn á vefinn. Birtingahús hafi unnið auglýsinguna og myndin eða auglýsingin sjálf hafi ekki verið sett inn á mbl.is af starfsmanni Árvakurs, heldur aðeins tengill sem hafi vísað á auglýsinguna. Starfsmaður Árvakurs hafi í framhaldinu ekki tekið eftir vörumerkinu á tónleikauglýsingunni þegar hún birtist á vefnum enda hefði það verið afar smátt. Í svarerindinu var ítrekað að Árvakur legði ríka áherslu á það að birta ekki áfengisauglýsingar í miðlum sínum og hafi ítrekað hafnað því að birta slíkt. Hér hafi hins vegar orðið mistök sem skýrðust einkum af því annars vegar að sá sem óskaði birtingar væri stórt og almennt áreiðanlegt birtingahús og hins vegar að vörumerkið hafi verið það smátt að starfsmaður Árvakurs hafi ekki veitt því athygli. Vonaðist Árvakur til þess að Fjölmiðlanefnd tæki tillit til þessara atriða við afgreiðslu málsins. Að auki óskaði Árvakur eftir því að nefndin hugi að birtingu áfengisauglýsinga á markaðnum í heild og gæti að samræmi við afgreiðslu málsins, en refsí ekki Árvakri sérstaklega þó að kvörtun hafi borist. Augljóst væri að mati Árvakurs að birtingin væri alger undantekning og mistök.

2.

Svör Árvakurs voru lögð fyrir Fjölmiðlanefnd á fundi hennar þann 18. desember 2024. Var samþykkt að birta álit í málinu á grundvelli 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla og með vísan til 6. mgr. 54. gr. laganna.

III. Niðurstaða Fjölmiðlanefndar

1.

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 47. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að viðskiptaboð séu texti, myndir og/eða hljóð sem er ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundar atvinnustarfsemi og er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og



FJÖLMIÐLANEFND

vöruinnsetning. Með öðru endurgjaldi er t.d. átt við það þegar greitt er fyrir viðskiptaboð með vörunni sjálfri eða þjónustu.

Í 1. málsl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir m.a. að viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi 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 að vernda neytendur og takmarka neyslu á 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 að þær óáfengu drykkjarvörur sem verið er að auglýsa séu sannanlega á markaði fyrir neytendur. Einungis sé heimilt að auglýsa drykki sem hafi 2,25% áfengisinnihald eða minna.

2.

Þau viðskiptaboð sem kvörtunin lítur að varða auglýsingu fyrir tónleika hljómsveitarinnar Skálmaldar sem haldnir voru í byrjun nóvember 2024. Birtist auglýsingin á vef mbl.is í aðdraganda tónleikanna.

Í auglýsingunni birtist heiti hljómsveitarinnar með stórum stöfum ásamt myndum af ýmsum plötuumslögum sveitarinnar og upplýsingum um væntanlega tónleika. Efst í hægra horni auglýsingarinnar mátti sjá vörumerki „Tuborg Guld Pilsner“. Ekki kom fram í texta í auglýsingunni eða með öðrum hætti að um óáfenga drykkjarvöru (léttöl) væri að ræða.

Samkvæmt vef framleiðandans Carlsberg inniheldur „Tuborg Guld Pilsner“ 5,6% áfengi. Hérlendis er „Tuborg Gold Pilsner“ fánlegur og er áfengisinnihaldið 5,5% samkvæmt vef Vínbúðarinnar. Þar kemur fram að heildsali/framleiðandi sé Ölgerðin Egill Skallagrímsson hf. Á vef fyrirtækisins sést að af vörumerkjum frá Tuborg eru aðeins „Tuborg Grøn“ og „Tuborg Classic“ fánlegir í útgáfum með 2,25% áfengisinnihald eða minna.

Af framangreindu leiðir að „Tuborg Guld Pilsner“ telst vera áfeng drykkjarvara en viðskiptaboð fyrir slíkar vörur eru óheimil, sbr. 1. málsl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.



FJÖLMIÐLANEFND

3.

Fram hefur komið af hálfu Árvakurs að mannleg mistök hafi leitt til þess að umrædd auglýsing fyrir tónleika Skálmaldar, þar sem sjá mátti vörumerki frá Tuborg, hafi verið sett inn á mbl.is. Birtingahús hafi unnið auglýsinguna fyrir Árvakur og starfsmaður fjölmiðlaveitunnar hafi ekki tekið eftir vörumerkinu þegar tónleikaauglýsingin birtist á vefnum enda hafi merkið verið afar smátt. Í svarerindi Árvakurs kom fram að lögð væri rík áhersla á það að birta ekki áfengisauglýsingar í miðlum fjölmiðlaveitunnar og hafi Árvakur ítrekað hafnað að birta slík viðskiptaboð.

Í ljósi þess að fjölmiðlaveitur bera ábyrgð á því að viðskiptaboð sem þær birta á miðlum sínum séu í samræmi við þau lög sem gilda um starfsemina verður að gera þá kröfu að þær gangi úr skugga um að viðskiptaboðin varði ekki vörur sem óheimilt er að auglýsa. Aðgæsluskylda fjölmiðlaveitna er því rík í þeim efnum. Jafnframt verður ábyrgð samkvæmt lögum um fjölmiðla ekki yfirfærð á aðra en lögin ná til.

4.

Að öllu framangreindu virtu er það niðurstaða Fjölmiðlanefndar að viðskiptaboð sem birtust á vef mbl.is þann 30. október 2024 þar sem vörumerki „Tuborg Guld Pilsner“ sást teljist til viðskiptaboða fyrir áfengi og að með miðlun þeirra á mbl.is hafi Árvakur, sem fjölmiðlaveita netmiðilsins, brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar m.a. viðskiptaboð fyrir áfengi.

Árvakur hefur bent á að umrædd viðskiptaboð hafi verið unnin af birtingahúsi fyrir fjölmiðlaveituna. Auglýsingin sjálf hafi því ekki verið sett inn á mbl.is af starfsmanni Árvakurs, heldur aðeins tengill sem hafi vísað á auglýsinguna, og hann því ekki séð hana fullbúna. Það breytir engu um ábyrgð Árvakurs en sem fjölmiðlaveita ber fyrirtækið ábyrgð á efni þeirra viðskiptaboða sem birtast á miðlum þess á grundvelli o-liðar 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla. Samkvæmt því ákvæði leggur Fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur vegna brota á ákvæðum í VI. kafla laga um fjölmiðla, þar með talið 4. mgr. 37. gr. Með fjölmiðlaveitu er átt við einstakling eða lögaðila sem starfrækir fjölmiðil, sbr. 14. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla. Samkvæmt 5. mgr. 54. gr. laganna geta sektir numið allt að 10 millj. kr. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitu af broti þegar það á við. Falla má frá sektarákvörðun teljist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum er ekki talin þörf á beitingu sekta, sbr. 1. málsl. 6. mgr. 54. gr.



FJÖLMIÐLANEFND

Með vísan til 1. másl. 6. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla hefur Fjölmiðlanefnd ákveðið að falla frá sektarákvörðun í málinu. Við þá ákvörðun var tekið mið af því að um óverulegt brot er að ræða að mati nefndarinnar. Var birting vörumerkis „Tuborg Guld Pilsner“ í tónleikaauglýsingunni lítt áberandi og afar smátt. Jafnframt var litið til skýringa og svara Árvakurs og atvika máls að öðru leyti.

IV. Álitsorð

Álit Fjölmiðlanefndar er að Árvakur hf. hafi með miðlun viðskiptaboða fyrir áfengi á vefnum mbl.is brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi.

Með vísan til 1. másl. 6. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 er fallið frá stjórnvaldssekt í máli þessu.

Einar Hugli Bjarnason

Erla Skúladóttir

Margrét Helga Kr. Stefánsdóttir

Róbert H. Haraldsson