

Checklista mot textreklam

Var särskilt vaksam och kritisk:

- när utomstående erbjuder idéer och förslag till material som är sammankopplade med motprestationer i någon form
- när erbjudanden lämnas om resor och förmåner som är gratis eller kraftigt subventionerade
- när förhandslöfte om publicitet efterfrågas
- när produkter/tjänster i konsumentupplysande material redovisas. Låt det klart framgå hur urvalet ägt rum, hur produkter/tjänster blivit jämförda eller testade samt att redaktionen är avsändare. Eftersträva mångsidighet vid sådana redovisningar så att ett otillbörligt gynnande inte sker.
- när utomstående intressenter, t ex PR-byråer, lobbyister, forskare, företag, myndigheter eller organisationer, bidrar med information och upplysningar. Det gäller särskilt inom områden där lagen inskränker rätten att publicera reklam, till exempel för läkemedel, tobak, alkohol och reklam riktad till barn.
- vid publicitet kring företags, organisationers eller myndigheters verksamhet, produkter eller andra arrangemang, så att ett otillbörligt gynnande inte sker
- vid publicitet kring egen försäljning av varor och tjänster samt egna arrangemang
- när arrangemang genomförs i samverkan med utomstående så att det, där det är relevant, framgår med vem samarbetet sker och förutsättningarna för samarbetet
- när produkter eller varumärken exponeras i sammanhang som kan antas utgöra produktplacering