MINISTERIET
SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Hammerichsgade 14
1611 København V
Telefon 33 95 42 00

rtv@slks.dk

www.slks.dk

TV 2 Danmark A/S
Att. Hanne Sønderby
Sendt til: hans@tv2.dk

1. september 2026
Jour.nr.: 26/00120

Afgørelse vedr. reklame for alkohol i tilknytning til julekalender på Tv 2
Radio- og tv-nævnet har behandlet to klager over en reklame for Absolut Vodka placeret i tilknytning til julekalenderen Valdes jul offentliggjort på TV 2 Play i december 2025. Sagen er behandlet på nævnets møde den 1. september 2026.

Radio- og tv-nævnets afgørelse
Radio- og tv-nævnet har truffet afgørelse om, at TV 2 ved i december 2025 at have placeret en reklame i nær tilknytning til julekalenderen 'Valdes Jul' på TV 2 Play ikke har overtrådt Bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (Reklamebekendtgørelsen).

Sagsfremstilling
Sagens baggrund
Radio- og tv-nævnet modtog den 15. januar 2026 via Alkoholreklamenævnet to klager over en mulig overtrædelse af reklamereglerne. Klagerne vedrører en reklame for "Absolut Vodka" som blev afspillet i forbindelse med julekalenderen "Valdes Jul" på TV 2 Play i december 2025. Klagerne har oplyst, at man bliver præsenteret for reklamen inden julekalenderen begynder. Radio- og tv-nævnet har som led i sagens behandling gennemgået den fremsendte dokumentation fra klagerne og indhentet en udtalelse fra TV 2 Danmark A/S, Alkoholreklamenævnet samt Forbrugerombudsmanden.

TV 2 Danmark A/S har i sin udtalelse til Radio- og tv-nævnet vedlagt reklamen, der klages over. Reklamen begynder med, at der står en flaske påtrykt 'Absolut Vodka' på en bardisk. Næste scene i reklamen viser flasken, som drejer rundt på et dansegulv. Flaskens hals peger herefter løbende på forskellige grupper af voksne dansere, som repræsenterer hver deres mixede drink. Reklamen afsluttes med teksten "ABSOLUT BORN TO MIX".

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen med henblik på at vurdere, om reklamen er i overensstemmelse med reglerne i reklamebekendtgørelsens § 5, § 7, stk. 2, samt § 12, nr.

1. Radio- og tv-nævnet har i forbindelse med behandlingen af sagen indhentet udtalelser fra TV 2, Alkoholreklamenævnet samt Forbrugerombudsmanden.

TV 2's bemærkninger

TV har ved høringssvar af 21. maj 2026 oplyst følgende til nævnet:

"De to klagere har begge set reklamerne i forbindelse med on-demand streaming af julekalenderen på TV 2 Play. De har således været eksponeret for en 'skræddersyet' reklameblok, også kaldet Addressable TV, hvor blokken er målrettet et bestemt segment baseret på bl.a. demografi, geografi, specifikke programmer eller adfærd. Der er således ikke tale om, at alle seere, der har set julekalenderen live de pågældende datoer på enten TV 2 eller TV 2 Play, er blevet eksponeret for reklamen for Absolut Vodka. TV 2 er naturligvis bevidste om, at der ifølge § 5 i Reklamebekendtgørelsn ikke må udsendes reklamer for alkohol i tilknytning til programmer henvendt til mindreårige. For at sikre, at dette ikke sker, lægges alle alkohol-annoncører ind i reklamebooking systemet under et fiktivt firma/label, der hedder Alcon. Samtidig er der i systemet indlagt en blokering, der skal forhindre, at reklamer indrykket under kategorien Alcon, kan vises i blokkene rund om fx julekalenderen. Systemet er imidlertid afhængig af, at indtastningen i forbindelse med oprettelsen af kampagnen i Google Ad Manager sker korrekt. På de datoer, hvor klagerne har oplevet at blive eksponeret for reklamen for Absolut Vodka forud for streaming af 'Valdes Jul' på TV 2 Play, var Pernod Richard, der er annoncøren bag brandet Absolut Vodka, desværre blevet kategoriseret forkert i Google Ad Manager. På grund af en beklagelig registreringsfejl blev reklamen for Absolut vodka dermed ikke omfattet af den førnævnte blokering i forbindelse med programmer henvendt til mindreårige. Det kan tilføjes, at kampagnen for Absolut Vodka først startede den 22. december 2025. Mulighederne for at opdage fejlen inden julekalenderens afslutning har derfor været meget begrænsede, men da fejlen blev kontstateret, blev kategoriseringen af Pernod Richard naturligvis korrigeret således, at reklamen for Absolut Vodka ikke længere kunne indgå i blokke afviklet i forbindelse med sening af 'Valdes Jul' eller andre programmer henvendt til mindreårige."

TV 2 har i et supplerende svar af 8. juni 2026 oplyst følgende til Radio- og tv-nævnet: *"Reklamen for Absolut Vodka har ikke været udsendt i blokkene rundt om julekalenderen på flow-tv. Fejlen har udelukkende været at finde i visse udgaver af de specielt sammensatte blokke, som seere, der har et Play-abonnement af typen "Med reklamer", bliver eksponeret for."*

Alkoholreklamenævnets bemærkninger

Alkoholreklamenævnet har ved svar af 8. juni 2026 udtalt følgende til Radio- og tv-nævnet:

"Alkoholreklamenævnet modtog den 23. december 2025 og den 24. december 2025 to separate klager fra to privatpersoner. Klagerne havde observeret en reklamevideo for alkoholproduktet "Absolut Vodka", som blev afspillet i forbindelse med streaming af

julekalenderen "Valdes Jul" på TV2 Play. Den ene klager havde vedlagt et videoklip som dokumentation.

Alkoholreklamenævnets sekretariat vurderede, at markedsføringen potentielt kunne være i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6 stk. 1, Markedsføringslovens § 11 stk. 2 samt Reklamebekendtgørelsens § 12 nr. 1.

I henhold til Alkoholreklamenævnets samarbejdsaftaler med henholdsvis Forbrugerombudsmanden og Radio- og tv-nævnet, henvendte Alkoholreklamenævnet sig til Forbrugerombudsmanden og Radio- og tv-nævnet med henblik på at afklare, hvor det ville være mest hensigtsmæssigt at behandle sagen. Der var enighed om, at sagen kunne behandles i Radio- og tv-nævnet.

Alkoholreklamenævnet oversendte på den baggrund det relevante materiale til Radio- og tv-nævnet. Alkoholreklamenævnet har således ikke behandlet sagen. Såfremt Alkoholreklamenævnet skulle have behandlet sagen, ville det være sket efter Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6 stk. 1:

§ 6 Stk. 1. Markedsføring af alkohol må, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge."

Forbrugerombudsmandens bemærkninger

Forbrugerombudsmanden har den 7. juli 2026 udtalt følgende til Radio- og tv-nævnet:

"Markedsføringsloven indeholder, som anført, et generelt forbud mod markedsføring af alkohol, når markedsføringen er rettet mod børn og unge. Reklamen for Absolut Vodka blev vist i forbindelse med on-demand streaming af julekalenderen "Valdes jul". Julekalenderen er henvendt til børn og unge under 18 år. Det er Forbrugerombudsmandens vurdering, at reklamen for Absolut Vodka var rettet mod børn og unge under 18 år, idet reklamen blev vist i en reklameblok forud for et program henvendt til børn og unge under 18 år. Det ændrer ikke vurderingen, at det ikke var alle seere, som blev eksponeret for reklamen, ligesom det ikke har betydning, at reklamen alene blev vist på grund af en registreringsfejl. Reklamen for Absolut Vodka indeholdt både omtale og billeder af alkohol. Det er på den baggrund Forbrugerombudsmandens vurdering, at TV2 har overtrådt markedsføringslovens § 11, stk. 2, ved i forbindelse med on-demand streaming at have vist en reklame for Absolut Vodka i en reklameblok før et program henvendt til børn og unge under 18 år."

Retsgrundlag

Det følger af Radio- og fjernsynslovens § 77, at *"Kulturministeren kan fastsætte nærmere regler om, hvorledes reklamer kan indgå i programvirksomheden, herunder regler om identifikation, placering, indhold og omfang af reklamer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester."* Reglerne er udmøntet i reklamebekendtgørelsen (BEK nr. 1155 af 18. juni 2020).

Bekendtgørelsens § 3, har følgende ordlyd:

> *Stk. 1: "Reklamer i fjernsyn må kun sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne.[…]."*
>
> […]
>
> *Stk. 3: "Reklamer i on demand audiovisuelle medietjenester kan placeres i et program eller i tilknytning til et program."*

Bekendtgørelsens § 5 har følgende ordlyd:

> *"Reklamer i radio og fjernsyn for alkohol, lægemidler samt kosttilskud må ikke placeres i tilknytning til programmer henvendt til mindreårige".*

Bekendtgørelsens § 7, stk. 2, har følgende ordlyd:

> *"Reklamer skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer."*

Bekendtgørelsens § 12, nr. 1, har følgende ordlyd:

> *"Reklamer i radio og fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester for alkoholholdige drikkevarer skal overholde følgende regler:*
> *1) De må ikke henvende sig til mindreårige og må især ikke vise mindreårige, der indtager disse drikkevarer. […]*

Bekendtgørelsens § 3, og § 5, er placeret i bekendtgørelsens kapitel 2 vedrørende placering. Bekendtgørelsens § 7 og § 12 er placeret i bekendtgørelsens kapitel 3 vedrørende reklamers indhold. Ifølge reklamebekendtgørelsens § 39, kan overtrædelse af ovenstående bestemmelser straffes med bøde.

EU-retten

Reklamebekendtgørelsen gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet) med senere ændringer ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2018/1808 af 14. november 2018 om ændring af direktiv 2010/13/EU. Direktivet fastsætter en række minimumsregler vedrørende programindhold, reklamer og sponsorering. AVMS-direktivet er et minimumsharmoniseringsdirektiv. Det betyder, at det er overladt til medlemsstaterne at indføre eventuelt strengere regler end dem der følger af direktivet. Reklamebekendtgørelsens § 12, er udtryk for en gennemførelse af AVMS-direktivet. Reklamebekendtgørelsens § 5, er udtryk for en strengere regel, der ikke følger af direktivet.

Samlet vurdering

Vurdering af reklamebekendtgørelsens § 5

TV 2 Danmark A/S har oplyst til Radio- og tv-nævnet, at klagerne har set reklamerne i forbindelse med on demand streaming af julekalenderen på TV 2 Play. Klagerne har ifølge TV 2's bemærkninger været eksponeret for en 'skræddersyet' reklameblok, også kaldet Addressable TV, hvor blokken er målrettet et bestemt segment baseret på bl.a. demografi, geografi, specifikke programmer eller adfærd. TV 2 har oplyst, at reklamen for Absolut Vodka ikke har været udsendt i blokkene rundt om julekalenderen på flow-tv. Radio- og tv-nævnet ligger således til grund at reklamen for Absolut Vodka alene har været placeret i tilknytning til julekalenderen, hvor den har været tilgængelig on demand.

Efter reklamebekendtgørelsens § 5, må reklamer i radio og fjernsyn for alkohol ikke placeres i tilknytning til programmer henvendt til mindreårige. Dette forbud følger ikke af AVMS-direktivet, men er udtryk for en ekstra regulering i dansk ret. Da forbuddet i reklamebekendtgørelsens § 5, kun nævner "radio og fjernsyn", skal det vurderes, om forbuddet i § 5 kan udstrækkes til også at gælde for alkoholreklamer, der placeres i on demand audiovisuelle medietjenester.

I reklamebekendtgørelsen sondrer man imellem fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester. Sondring følger AVMS-direktivet, hvor audiovisuelle medietjenester deles op i hhv. lineærer audiovisuelle medietjenester og on-demand audiovisuelle medietjenester. Derudover sondrer bekendtgørelsen også mellem reglerne for placering af reklamer og indholdet af en reklame. Dette kommer til udtryk ved, at reglerne fremgår af hver deres kapitler (hhv. kapitel 2 og 3).

Nævnet bemærker, at lovgiver aktivt har udnyttet muligheden for at regulere placering af reklamer i on demand audiovisuelle medietjenester ved i bekendtgørelsens § 3, stk. 3, at tilføje, at reklamer i on demand audiovisuelle medietjenester kan placeres i et program eller tilknytning til et program. Muligheden for at udstrække forbuddet mod placering af alkoholreklamer on demand særskilt er dog ikke udnyttet i reklamebekendtgørelsens § 5.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at TV 2 ikke har overtrådt reklamebekendtgørelsens § 5, om placering af reklamer for alkoholiske drikke. Radio- og tv-nævnet har lagt vægt på bekendtgørelsens ordlyd og systematik, herunder at lovgiver aktivt har udnyttet muligheden for regulering af placering af reklamer on demand i reklamebekendtgørelsens § 3, stk. 3, men undladt det i reklamebekendtgørelsens § 5. Ved vurderingen er det også indgået, at overtrædelser af reklamebekendtgørelsens § 5 er strafbelagt, jf. reklamebekendtgørelsens § 39. Særligt henset til sidstnævnte er nævnet tilbageholdende med at anlægge en udvidende fortolkning af reklamebekendtgørelsens § 5 i denne sag.

Vurdering af reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, og § 12, stk. 1, nr. 1,

Efter reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklametiske normer. Det

følgere videre af reklamebekendtgørelsens § 12, stk. 1, nr. 1, at reklamer i on demand audiovisuelle medietjenester for alkoholholdige drikkevarer ikke må henvende sig til mindreårige og især ikke må vise mindreårige, der indtager disse drikkevarer.

Både § 7, stk. 2, og § 12, stk. 1, nr. 1, er efter reklamebekendtgørelsens systematik placeret i reklamebekendtgørelsens kapitel 3, der fastsætter nærmere regler om reklamers indhold.

Efter en gennemgang af reklamens indhold er det nævnets samlede vurdering, at reklamen ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, eller § 12, stk. 1, nr. 1. Nævnet har lagt vægt på, at der kun indgår voksne i reklamen og at reklamen ud fra et helhedsindtryk kun retter sig mod voksne og ikke børn. Ved vurderingen er det også tillagt vægt, at Forbrugerombudsmanden, ud over spørgsmålet om placering, ikke har vurderet, at reklamens indhold i øvrigt er i strid med markedsføringslovens regler. Det er nævents vurdering, at reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, og § 12, ikke kan udstrækkes til også at regulere reklamens placering, da denne, som allerede nævnt, er særskilt reguleret i reklamebekendtgørelsens kapitel 2, jf. ovenfor. Ved denne vurdering har nævnet lagt vægt på, at også overtrædelser af reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, og § 12, stk. 1, nr. 1, er strafbelagte, jf. reklamebekendtgørelsens § 39, hvorfor nævnet også her tilbageholdende med at anlægge en udvidende fortolkning af de respektive bestemmelser.

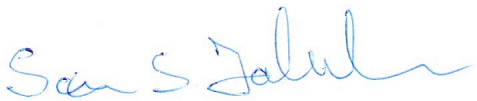
AFGØRELSE:
Reklamen for Absolut Vodka sendt i tilknytning til julekalenderen Valdes jul på TV 2 Play i december 2025 udgør ikke en overtrædelse af § 5, § 7, stk. 2, eller § 12, stk. 1, nr. 1, i bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Lovgrundlag
Afgørelsen er truffet efter bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Klagevejledning
Radio- og tv-nævnets afgørelser er endelige og kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. § 40 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. nr. 1350 af 4. september 2020.

Hvis I har spørgsmål
Hvis I har spørgsmål, er I velkomne til at kontakte os. Hvis I henvender jer, vil vi bede jer oplyse journalnummer: 26/00120.

Venlig hilsen



Søren Sandfeld Jakobsen
Formand for Radio- og tv-nævnet
E-mail: rtv@slks.dk