

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

19. december 2025
Jour.nr.: 25/10220

Afgørelse vedr. skjult reklame i programserien Bachelorette sendt på TV 2 Play

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen om skjult reklame på nævnets møde den 15. december 2025.

Afgørelse

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen og truffet afgørelse om, at der i TV 2-programmet Bachelorette indgik skjult reklame i strid med § 2, stk. 1 i bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering mv. og § 72 i bekendtgørelse af lov nr. 1350 af 4. september 2020 om radio- og fjernsynsvirksomhed mv.

Dertil har Radio- og tv-nævnet truffet afgørelse om, at TV 2 Danmark A/S (TV 2) pålægges at offentliggøre nævnets afgørelse på sin hjemmeside, jf. § 37, skt. 3, i bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering mv.

Sagsfremstilling

DR publicerede i juli 2025 to artikler, hvorefter Radio- og tv-nævnet blev bekendt med, at der kunne være tale om skjult reklame i TV 2's reality-program Bachelorette, fordi en af programdeltagerne, med en fremtræden rolle, i en række episoder havde optrådt i tøj foræret af virksomheden Planet Nusa. Det blev i artiklerne angivet, at tøjet var blevet udlånt og foræret til programdeltageren i forbindelse med dennes medvirken i programmet.

På den baggrund har nævnet taget sagen op af egen drift, jf. § 78, stk. 2, i bekendtgørelse af lov nr. 1350 af 4. september 2020 om radio- og fjernsynsvirksomhed mv., for at vurdere, hvorvidt der er tale om en overskridelse af reglerne om skjult reklame.

Radio- og tv-nævnet har som led i sin vurdering af sagen foretaget høring af TV 2 og gennemgået de relevante episoder af programmet.

Lovgrundlag for vurdering af skjult reklame

Radio og tv-nævnet har i sin vurdering anvendt definitionen på skjult reklame i AVMS-direktivet 2010/13/EU (medietjenestedirektivet), artikel 1, litra j¹, hvor skjult reklame defineres således:

”»skjult audiovisuel kommerciel kommunikation«: præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed i programmer, når præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er ment som reklame og vil kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art. En sådan præsentation anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse.”

I vurderingen af, om definitionen er opfyldt, inddrages tre kumulative betingelser, der alle skal være opfyldte, før der er tale om skjult reklame.

Fremhævelsen af varen mv. skal:

- Være tilsigtet fra medietjenesteudbyderens side
- Være ment som en reklame
- Kunne vildlede offentligheden med hensyn til sin art

Da det i praksis kan være vanskeligt at afgøre, om en fremhævelse fra medietjenesteudbyderens side har været tilsigtet og ment som en reklame, har Kommissionen i sin fortolkningsmeddelelse lagt til grund, at det er berettiget at anvende kriteriet *’uberrettiget fremhævelse’*:

En uberettiget fremhævelse kan bl.a. ligge i, at et varemærke, en tjenesteydelse mv. optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde i et program. I den forbindelse skal der tages hensyn til programmets redaktionelle indhold. Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til det redaktionelle indhold, eller fremhævelsen skyldes, at kommercielle hensyn har påvirket det redaktionelle indhold eller indebærer en risiko for, at seerne vildledes, kan dette indikere, at der foreligger skjult reklame.

Vurdering af fremhævelse af tøjmærket Planet Nusa

Spørgsmålet er derfor først og fremmest, om Bachelorette indeholder en fremhævelse af tøjmærket Planet Nusa.

TV 2 gør i sit høringssvar til nævnet gældende, at der ikke har været fokuseret unødigt på tøjet eller varemærket, ligesom det ikke har været omtalt. TV 2 vurderer på den baggrund, at tøjet er indgået i programmerne på fuldstændig samme vis, som hvis programdeltageren selv havde købt og betalt for det. Derudover anfører TV 2, at det forhold, at programdeltageren har lånt/fået tøjet ikke har haft nogen økonomisk

¹ [Direktiv - 2010/13 - DA - EUR-Lex](#)

² [2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "Fjernsyn uden grænser", Direktiv 89/552/EØF, som senere ændret ved direktiv 2010/13/EU og direktiv 2018/1808/EU.](#)

betydning for produktionen, idet deltagerne har skulle medbringe eget tøj til optagelserne.

Radio- og tv-nævnet har gennemgået programmerne og finder, at programdeltageren optræder i tøj fra Planet Nusa i 11 ud af 28 episoder, hvoraf det i fem af episoderne er i form af tilbageblik på tidligere afsnit. I sin gennemgang af, hvorvidt der sker en fremhævelse af Planet Nusa har Radio- og tv-nævnet lagt vægt på, hvor meget og hvor iøjefaldende logo (en planet) og/eller brandnavn på mærket ("Planet Nusa") fremgår. I tre af episoderne vurderer Radio- og tv-nævnet, at logo og/eller brandnavn visuelt er tydeligt og nemt at identificere som seer. I to af episoderne er det sværere at identificere logo og/eller brandnavn, da det ikke fremgår ligeså tydeligt af tøjet. På baggrund af disse forhold vurderer Radio- og tv-nævnet, at der er tale om en fremhævelse.

TV 2 har desuden gjort gældende, at de ikke har haft en kommerciel hensigt med fremhævelsen, idet programmet Bachelorette er produceret for TV 2 af et produktionsselskab, som ikke var vidende om, at en af programdeltagerne optrådte i tøj, der var foræret af Planet Nusa. TV 2 oplyser videre, at det af aftalen mellem produktionsselskabet og de medvirkende fremgår, at de medvirkende skal optræde i deres eget tøj, og at TV 2 også selv i produktionsaftaler stiller krav til produktionsselskabet om, at disse skal sikre, at deltagerne ikke er iført sponsoreret tøj eller lignende under optagelserne. TV 2 har videre oplyst, at de efter 2/3 af udsendelserne blev gjort opmærksomme på, at en af programdeltagerne var iført lånt eller foræret tøj fra Planet Nusa i flere af episoderne.

Radio- og tv-nævnet skal hertil bemærke, at forpligtelsen efter radio- og tv-lovgivningen til at sikre, at der ikke i programmer indgår skjult reklame, påhviler radio- og tv-foretagendet, uanset at det måtte være et produktionsselskab, der forestår produktionen og indgår aftaler med samt varetager kontakten til programmets deltagere.

Radio- og tv-nævnet har herefter vurderet, hvorvidt den gentagende og iøjefaldende fremhævelse kan anses for at være redaktionelt begrundet.

Af det af TV 2 oplyste fremgår, at den redaktionelle præmis for de mange fysiske aktiviteter, der indgår i programmet, var, at deltagerne skulle optræde i deres eget tøj, herunder træningstøj. Programmets naturlige eksponering af deltagernes tøj i forbindelse med de fysiske scener, skulle således alene afspejle deltagernes egne valg og ikke være påvirket af kommercielle overvejelser eller interesser.

Denne præmis er imidlertid, efter nævnets opfattelse, ikke blevet efterlevet i forhold til deltageren, der har været iklædt tøj fra Planet Nusa, idet brugen af dette tøjudstyr i programmet må anses for en direkte følge Planet Nusa's kommercielle hensigt med at udlåne eller forære tøjet til deltageren til brug for programmet.

Det er derfor nævnets vurdering, at den måde og hyppighed, tøj fra Planet Nusa optræder i programmet, er et resultat af programdeltagerens egne valg og ikke er begrundet i TV

2's eller produktionsselskabets nærmere redaktionelle overvejelser og præmisser i forbindelse med programmet. Nævnet har i den forbindelse også lagt vægt på, at tøjmærket også er fremhævet og ikke sløret i en af de sidste episoder efter, at TV 2 efter det oplyste blev bekendt med, at tøjet var udlånt eller foræret til programdeltageren.

Som anført påhviler forpligtelsen til at sikre, at der i et program ikke optræder skjult reklame, TV 2 som programansvarlig udbyder. Den omstændighed, at eksistensen af skjult reklame i et program skyldes et produktionsselskab eller en medvirkende i programmet, ændrer ikke herpå.

På baggrund af ovenstående er det nævnets samlede vurdering, at der er tale om en urettinget fremhævelse, der ikke kan redaktionelt begrundes, hvorfor der derfor er tale om skjult reklame for Planet Nusa i reality-programmet Bachelorette.

Klagevejledning

Radio- og tv-nævnets afgørelser er endelige og kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. kap. 7, § 40 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. nr. 1350 af 4. september 2020.

Radio- og tv-nævnet kan genoptage sagen, hvis der fremkommer nye væsentlige oplysninger, som kunne have ført til en anden afgørelse, hvis de havde været kendt på det tidspunkt, hvor afgørelsen blev truffet, eller hvis afgørelsen om afslag lider af væsentlige retlige eller faktiske mangler.

Hvis I vil anmode om genoptagelse, skal I sende en skriftlig anmodning til Radio- og tv-nævnets sekretariat i Slots- og Kulturstyrelsen på mail: rtv@slks.dk senest den 12. januar 2026.

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: 25/10220.

Venlig hilsen



Søren Sandfeld Jakobsen

Formand for Radio- og tv-nævnet

Mail: rtv@slks.dk