

	<i>Antal followers</i>	<i>Link til video/billede</i>	<i>Antal views/likes</i>	<i>Potentiel overtrædelse</i>	<i>Kommentar</i>
1: Lakserytteren Bureau: We Are Cube Virksomhed: Peleton.dk	Instagram: 99.100	https://www.instagram.com/p/CozfpZ1Dvmd/ Jf. bilag 1A	550 likes	Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om skjult reklame MFL § 6, stk. 4	Formodning for at Lakserytteren laver skjult reklame for plakatvirksomheden Peleton.dk i form af en video på hans instagram. Inde på Peletons profil fremgår det tydeligt, at de har mange influencer-samarbejder kørende. De har derudover også repostet de opslag Lakserytteren har lavet om plakaterne fra deres virksomhed, hvorfor der efter vores opfattelse er en formodning for, at der er tale om et samarbejde.
Lakserytteren Bureau: We Are Cube	TikTok: 1.1 M	https://www.tiktok.com/@lakserytteren/video/7271543724742692129 Jf. bilag 1B	12.100	Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om skjult reklame og brug af børn MFL § 6, stk. 4, og MFL § 11, stk. 3.	Mulig skjult reklame for eget merchandise. Gør brug af børn, som kan være i strid med § 11 stk. 3, da børnene ikke indgår i en naturlig sammenhæng for at vise eller illustrere et produkt.
2: Morten Münster bureau: https://h4lo.dk Virksomhed: Circle K	YouTube: 448.000	https://www.youtube.com/watch?v=6fAkCfcLM5k Jf. Bilag 2B	668.921	Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om skjult reklame MFL § 6, stk. 4	Morten laver en video med titlen "tøm en Circle K" og vores vurdering er, at der er tale om reklame. Circle K har ligeledes postet om videoen derfor formodning for samarbejde https://www.facebook.com/circlekdan/mark/posts/4731813140174092/

<p>Morten Münster</p> <p>bureau: https://h4lo.dk</p> <p>Virksomhed: Normal</p>	<p>YouTube</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=KoeM4AiEyRO https://www.instagram.com/normal_dk/</p> <p>Jf. Bilag 2C</p>	<p>480.559</p>	<p>Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om skjult reklame MFL § 6, stk. 4</p>	<p>Morten laver en "tøm en Normal"-video som vi vurderer er en reklame, men som ikke er markeret som en reklame. Han lavet et opslag på sin instagram profil d. 15. september 2022 som er en reklame for Normal - derfor formodning for samarbejde: https://www.instagram.com/p/CmLxxQ6M2wb/?img_index=1. Samtidig er det også tydeligt, hvordan Normals instagram i efteråret 2022 pludselig fyldes op med diverse influencer. Vores vurdering er, at der er indgået et samarbejde med et influencerbureau i den forbindelse.</p>
<p>3: Kender du det – Oscar og Elias Hole</p> <p>Bureau: We Are Cube</p> <p>Virksomhed: Kims</p>	<p>Instagram</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CqYDyJ2jhCZ/</p> <p>Jf. Bilag 3B</p>	<p>1251 likes</p>	<p>Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om skjult reklame MFL § 6, stk. 4</p>	<p>Efter vores vurdering er der her tale om en reklame, men som ikke er markeret korrekt.</p> <p>De har markeret reklame i nogle af de efterfølgende posts om samme produkt.</p>
<p>Kender du det – Oscar og Elias Hole</p> <p>Bureau: We Are Cube</p>	<p>YouTube: 305.000</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=Fgv5_Ei46sk</p> <p>Jf. Bilag 3C</p>	<p>70.355 views</p>	<p>Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om uegnede produkter MFL § 11, stk. 2</p>	<p>Uegnede produkter da videoen handler om alkohol og har titlen "8 måder at smugle alkohol ind på festival - (vodka i sokken)". Man kan se på kommentarerne til videoen at det primært er børn, der kommenterer på den, da det er deres primære målgruppe på YouTube. De skriver</p>

					heller ikke at man eksempelvis skal være +18 for at se den
4: Mika Schultz Bureau ukendt Virksomhed: Schultz Design ApS	Instagram: 658.000 YouTube: 164.000	https://www.instagram.com/p/CsBr3XVM4I/ / https://www.tiktok.com/@mikaschultz/video/7149158150753504517 Jf. Bilag 4A	1961 likes	Potentiel overtrædelse af bestemmelserne om skjult reklame og aggressiv markedsføring MFL § 6, stk. 4, MFL § 7 jf. bilag 1 nr. 28	Mika laver et Instagramopslag om en række smykker og ure, han har lavet i samarbejde med et dansk smykkefirma. Han opfordrer sine følgere til at ønske sig det i konfirmations- eller fødselsdagsgave, men markerer ikke at opslaget er reklame. Han har kun tagget virksomheden, der sælger og producerer hans kollektion. Opslaget henvender sig til børn, da også mange af kommentarerne kommer fra børn, der enten tilkendegiver, at de har fået, eller ønsker sig hans smykker i konfirmationsgave
5: Martin Guldborg Bureau ukendt	Instagram	https://www.instagram.com/p/CmOvdH6DSU5/VERDENS STØRSTE SHOTS SMAGNING! 100 Shots (16+) - YouTube (447.870 visninger) Jf. Bilag 5B	3372 likes	Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om uegnede produkter MFL § 11, stk. 2	Martin lægger et billede op af et stort badebassin hvori han har placeret 100 forskellige flasker alkohol (shots), som han ynder og tage ét shot af hver i en video. Det virker meget overdrevet og er ikke markeret med +18 eller lignende disclaimere. Mange børn har kommenteret og blandt andet gengivet et citat fra Martin på Youtube, hvor han siger "jeg er så lortestiv".

<p>6: Rebecca Charlotte Dahl</p> <p>Bureau: We Are Cube</p> <p>Virksomhed: Aperol</p>	<p>Instagram: 127.000 YouTube 208.000</p>	<p>https://www.instagram.com/p/Cs6P7sTNfce/</p> <p>Jf. Bilag 6A</p>	<p>3314 likes</p>	<p>Potentiel overtrædelse af bestemmelserne om skjult reklame MFL § 6, stk. 4</p> <p>&</p> <p>Uegnede produkter MFL § 11, stk. 2</p>	<p>Rebecca har været til et event afholdt af Aperol, hvor en lang række influencere var inviteret til at lave italiensk mad og drikke Aperol sammen. Billederne i dette opslag stammer fra dette event, men er ikke markeret som reklame. Derudover handler det om en alkoholholdig drik, der er uegnet til de dele af hendes målgruppe, som er børn u18.</p>
<p>Bureau: We Are Cube</p> <p>Virksomhed: Lounges</p>	<p>Instagram</p>	<p>https://www.instagram.com/p/Cra5BhkMWNW/</p> <p>Jf. Bilag 6B</p>	<p>9585 likes</p>	<p>Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om skjult reklame MFL § 6, stk. 4</p>	<p>Rebecca ønsker konfirmander (dermed ung målgruppe ca. 13-14 år) glædelig blå mandag iført et blå sæt undertøj, som hun tidligere har vist frem i et reklameopslag på Insta i samarbejde med undertøjsvirksomheden "Lounge". Dog er der ikke skrevet reklame, men blot tagget "Lounges" Instagramprofil</p>
<p>7: Judex</p> <p>Bureau ukendt</p>	<p>YouTube: 166.000</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=mCpquwgJTRc https://www.youtube.com/watch?v=rEd9-fRO8-w</p> <p>Jf. Bilag 7A</p>	<p>521 likes</p>	<p>Potentiel overtrædelse af bestemmelsen om aggressiv markedsføring</p> <p>MFL § 7 jf. bilag 1 nr. 28</p>	<p>Vi vurderer, at der er tale om aggressiv markedsføring af eget merchandise 00:15 og frem: "hvis I ikke vidste det så har jeg mit helt eget merch, der er selvfølgelig både Fortnite merchandise, en masse andet merchandise og så er der altså også den helt nye kriger kollektion, den består af en t-shirt, en hoodie, en skoletaske, sportstaske, kop og en helt ny limited edition blå skoletaske. Men venner jeg er ked af at sige det, når jeg optager den her video, så er der kun 5 tilbage af de limited editions skoletasker, det vil sige, at når I</p>

					ser videoen så er det højst sandsynligt udsolgt, men I kan altså få alt det andet merchandise derinde, tjek linket ud i beskrivelsen". I video 2 er der tale om samme situation bare med såkaldte "skolestart" bundles.
8: Mr.Spyplant Bureau ukendt	YouTube: 116.000	https://www.youtube.com/watch?v=vrYgg-8rz7w (75.534 visninger) https://www.youtube.com/watch?v=4LhFyT5MsxA (67.119 visninger) https://www.youtube.com/watch?v=p3l9QtEfUCs (72.609 visninger) Jf. Bilag 8A		Potentiel overtrædelse af bestemmelse om aggressiv markedsføring MFL § 7 jf. bilag 1 nr. 28	Vi vurderer, at Mr. Spyplant laver aggressiv markedsføring rettet mod børn og unge i rigtig mange videoer. Her er nogle eksempler: Købsopfordringer af eget merch v. 0:10 sek. Inde i videoen. "du kan også blive en mr. Spyplant, hvis du køber nogle af de helt nye sommershorts, der har tre forskellige designs. Der er link i beskrivelsen" video 2: video 3: "køb noget af mit merch - der er link i beskrivelsen" starter ved 00:12.