

Den 31. marts 2025

## Afgørelse – 2025-02 Spørg Casper & Ractic Group

### *Om Læskedrikreklamenævnet (Nævnet)*

Læskedrikreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af læskedrikke og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af læskedrikke.

### **Sagen kort**

Læskedrikreklamenævnet har observeret markedsføring af læskedrikke fra Spørg Casper & Ractic Group. Læskedrikreklamenævnet har vurderet, at det ikke med sikkerhed kan lægges til grund, at markedsføringen har været rettet mod børn. Læskedrikreklamenævnet udtaler ikke kritik, men opfordrer Spørg Casper & Ractic Group til at være opmærksomme på regelsættet for markedsføring af læskedrikke.

### **Sagens oplysninger**

#### **Baggrund**

Læskedrikreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af læskedrikke i Danmark, har observeret markedsføring af læskedrikke fra Spørg Casper og Ractic Group på webshoppen "Gamefront" via link fra Spørg Caspers Youtube-profil. På baggrund af markedsføringens indhold har Læskedrikreklamenævnet den 25. februar 2025 sendt høringsbrev til Spørg Casper & Ractic Group med anmodning om bemærkninger til sagen. Spørg Casper & Ractic Group har besvaret høringsbrevet den 10. marts 2025.

#### **Indhold**

Da sagen vedrører markedsføring af læskedrikke, har Nævnet kompetence til at behandle sagen.

#### *Hørings svar fra Spørg Casper og Ractic Group*

Spørg Casper og Ractic Group har i hørings svar af den 10. marts 2025 indsendt følgende bemærkninger til Læskedrikreklamenævnet:

- Vi er skeptiske over for den potentielle anklage, at den pågældende læskedrik skulle være markedsført direkte.
- Varen er for det første kun anført som en del af et større merch-sortiment på den pågældende webshop. Den er for det andet kun passivt markedsført i omfang af et link i en YouTube-kanalbeskrivelse og altså ikke (som kontrasteret eksempel) i en

videoreklameintegration, der i form, stil og indhold kunne være rettet aktivt mod en bestemt målgruppe, og på den måde vel må betragtes som noget mere direkte.

- I ordvalget "reklame" ligger konnotationen, formoder vi, at der aktivt gøres opmærksom på kvaliteterne ved eller eksistensen af noget, og/eller at det tager form af en annonce, filmklip eller lignende, der anbefaler eller omtaler en bestemt vare.
- Fra vores data fremgår det endvidere, at 13-17-års aldersgruppen kun udgør 8,5 % af seerne på Spørg Caspers YouTube-kanal.
- De resterende 91,5 % er over 18 år gamle. At børn under teenagealderen eller at målgruppen skulle være særligt børn, ser vi ikke som overensstemmende med de statistikker.
- Vi er opmærksomme på, at der kan være et mørketal forårsaget af seere, der har opgivet deres alder forkert. Men hvis statistikkerne er bare en smule retvisende (og det antager vi), vil det overraske os meget, at målgruppen for Spørg Casper-kanalen betragtes som kategoriseret "børn".
- *[Læskedrikreklamenævnet har modtaget dokumentation for statistikkerne, der refereres ovenfor]*

### **Læskedrikreklamenævnets afgørelse**

Læskedrikreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Læskedrikreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af Læskedrikke § 8:

*§ 8. Der må ikke markedsføres direkte over for børn under teenagealderen. Reklamer for læskedrikke må eksempelvis ikke placeres i medier eller omkring TV-udsendelser, hvor målgruppen særligt er børn.*

Markedsføringsmaterialet er placeret som et link på Youtube-kanalen "Spørg Casper". Linket er placeret på Youtube-kanalen under overskriften "Merch" (alm. benyttet forkortelse for merchandise). Linket leder til webshoppen "Gamefront", hvor, der blandt andre varer, henvises til læskedrikken "Drengerøvssaft". Af varesortimentet fremgår det, at læskedrikken "Drengerøvssaft" indgår som del af et større sortiment herunder ungdomsbøger, beklædningsgenstande, krus mm.

Ractic Group og Spørg Casper fremfører i deres høringssvar, at de ikke anser markedsføringen for værende "direkte", idet der ikke har været benyttet videoreklameintegration, der i form, stil og indhold kunne være rettet aktivt mod en bestemt målgruppe.

Ractic Group og Spørg Casper har endvidere fremlagt statistik over seerne på Spørg Caspers Youtube-kanal, hvoraf det fremgår at 91,5 % af seerne er over 18 år.

Indledningsvis gør Læskedrikreklamenævnet opmærksom på, at det af kommentarerne til regelsættes § 8 fremgår, at markedsføring af læskedrikke ikke må finde sted i elektroniske medier, der særligt har børn som målgruppe eller benytte rollemodeller eller kendte personer, som primært appellerer til børn.

Det er Læskedrikreklamenævnets vurdering, at linket på Youtube-kanalen ”Spørg Casper” er markedsføring i et elektronisk medie, samt at Spørg Casper er at betegne som en rollemodel eller kendt person.

I vurderingen af hvorvidt Spørg Caspers Youtube-kanal og Spørg Casper som rollemodel/person særligt appellerer til børn (personer under 13 år) lægger Læskedrikreklamenævnet særligt vægt på den opgivne statistik over seere på Spørg Caspers Youtube-kanal.

Det bemærkes, at Læskedrikreklamenævnet er opmærksom, at seertal fra Youtube er forbundet med en stor usikkerhed. Dels gælder for Youtube, som øvrige sociale medier, at brugernes alder er selvangiven, hvorfor det ikke kan konkluderes, at en brugers oplyste alder og faktiske alder stemmer overens. Hertil er det muligt at tilgå Youtube uden oprettelse af en bruger, hvorfor der er et betragteligt mørketal i den tilgængelige statistik. Afslutningsvis, at der kun føres statistik for brugere over 13 år.

Med dette forbehold forholder Læskedrikreklamenævnet sig til den opgivne statistik for seerne på Youtube-kanalen, som den bedst tilgængelige kilde for vurdering af målgruppen. Af statistikken fremgår det at 8,5% af seerne er i aldersgruppen 13-17 år, 41,6 % er i aldersgruppen 18-24 år, 24 % er i aldersgruppen 25-34 år, og de resterende 25,9 % er ældre end 35 år. Her noterer Læskedrikreklamenævnet, at aldersgruppen 18-24 år med afstand er den største seergruppe, efterfulgt af de 25-34-årige.

Den opgivne fordeling af brugere giver et indtryk af et ungt publikum på 18-24 år som den primære målgruppe. Såfremt Spørg Casper var særligt henvendt til personer under 13 år må det med en vis rimelighed kunne forventes, at aldersgruppen 13-17 år også ville udgøre en betydelig del af seerne. Eftersom denne gruppe kun udgør 8,5 % er det efter Læskedrikreklamenævnets vurdering ikke tilfældet.

Samlet set er det Læskedrikreklamenævnets vurdering, at det ikke med sikkerhed kan lægges til grund, at Spørg Casper eller dennes Youtube-kanal appellerer særligt til børn under 13 år. Nævnet udtaler ikke kritik.

Nævnet opfordrer Spørg Casper & Ractic Group til at være opmærksomme på regelsættet for markedsføring af læskedrikke, særligt i de tilfælde hvor markedsføring børn og unge også udsættes for markedsføringen.

Venlig hilsen

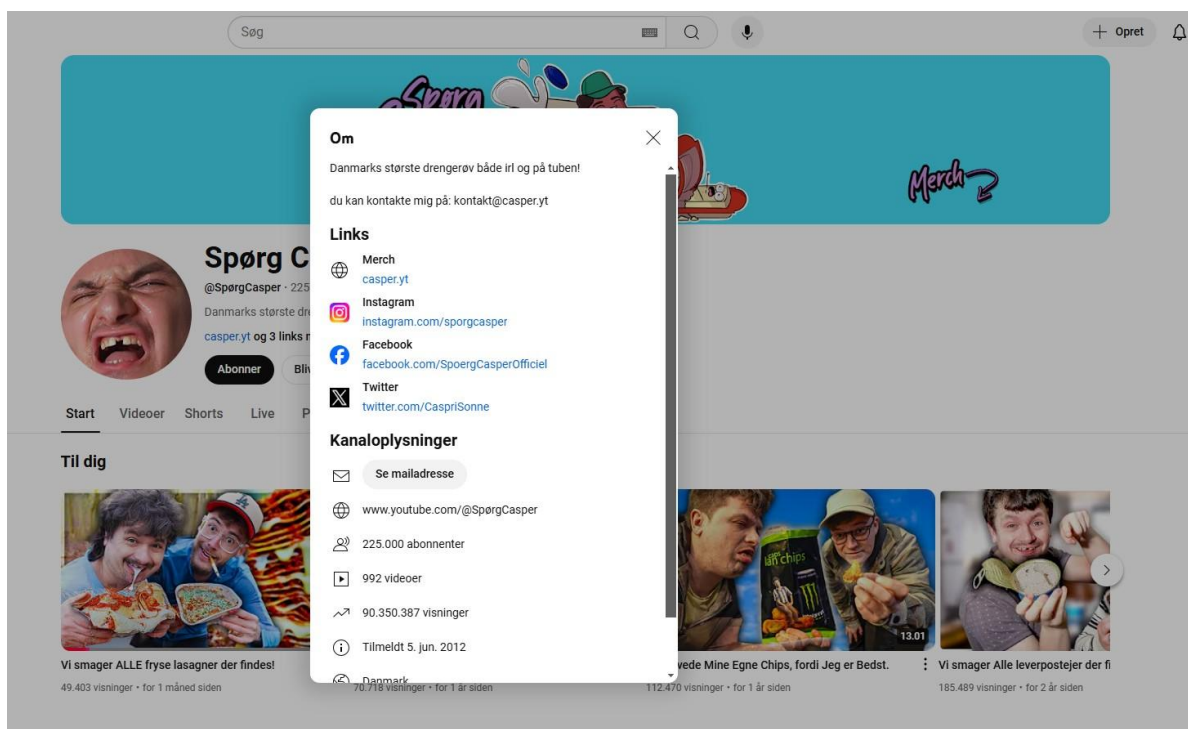
LÆSKEDRIKREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas  
Forperson

### Markedsføringsmateriale 2025-02:

Markedsføringen af ”Spørg Casper – Drengerøvssaft” er observeret på webshoppen ”Gamefront”, der linkes til fra Youtube-profilen @SpørgsCasper under overskriften ”merch” (alm. benyttet forkortelse for merchandise).



The image shows a screenshot of the YouTube channel page for @SpørgCasper. The channel name is "Spørg Casper" and the handle is "@SpørgCasper". The bio states "Danmarks største drengerøvs kanal" and "Du kan kontakte mig på: kontakt@casper.yt". There are 225,000 subscribers and 992 videos. The channel was created on June 5, 2012. A popup window titled "Om" (About) is open, displaying the following information:

- Om**: Danmarks største drengerøv både irl og på tuben!  
du kan kontakte mig på: kontakt@casper.yt
- Links**:
  - Merch: casper.yt
  - Instagram: instagram.com/sporgcasper
  - Facebook: facebook.com/SpoergCasperOfficiel
  - Twitter: twitter.com/CaspriSonne
- Kanaloplysninger**:
  - Se mailadresse
  - www.youtube.com/@SpørgCasper
  - 225.000 abonnenter
  - 992 videoer
  - 90.350.387 visninger
  - Tilmeldt 5. jun. 2012
  - Danmark

The background shows the channel's banner with a "Merch" link and a video player with three video thumbnails. The first video is titled "Vi smager ALLE fryse lasagner der findes!" with 49,403 views. The second is "Vi smager Mine Egne Chips, fordi Jeg er Bedst." with 112,470 views. The third is "Vi smager Alle leverpostejr der fi" with 185,489 views.

Forside / Spørg Casper / Spørg Casper - Drengerøvssaft - Sodavand (250 ml)



## Spørg Casper - Drengerøvssaft - Sodavand (250 ml)

49,00 DKK

Inklusive skatter. [Levering](#) beregnes ved betaling.

40 på lager

Bestil din pakke inden 03 timer 13 minutter 24 sekunder - så pakker og sender vi den allerede i dag.



Antal

- 1 +

Læg i indkøbskurv

Køb med [shop](#)

[Flere betalingsmuligheder](#)

Populært tilkøb

Forside / Spørg Casper

## Spørg Casper



Spørg Casper er en af Danmarks mest ikoniske YouTube-stjerner. Siden han uploadede sin første Spørg Casper-video i 2012, har seere haft mulighed for at sende spørgsmål ind og få dem besvaret af hovedpersonen selv. Over et årti senere har Spørg Casper flere hundredtusinder abonnenter på YouTube. Han har været KIMs chips-ambassadør, fået sin egen dokumentar på DR med titlen "[Ingen kender Casper](#)" og udviklet populære YouTube-serier som "[Kan det pølses?](#)" og "[Fråder Fredag](#)" samt sange som "[Finger i nums!](#)" og "[Dansevisen](#)".

Nu kan du følge ham i endnu et pudsigt påfund: en serie af børne- og ungdomsbøger, der tager udgangspunkt i alle hans skøre idéer og vanvittige historier, samlet under titlen [Drengerøvhistorier](#). I den sammenhæng med dette er det lykkedes ham at sammensætte en [Drengerøvssaft](#), som du også kan købe i en begrænset periode. Tør du smage?