SØ- OG HANDELSRETTEN
DOM

afsagt den 23. juni 2026

OFFENTLIG (ekstraheret) VERSION

Sag BS-23785/2025-SHR

Spillerforeningen Håndbold som mandatar for
Mathias Gidsel
Emil Nielsen
Magnus Saugstrup
Simon Pytlick
Anne Mette Hansen
Anna Kristensen
Helena Elver
Elma Halilcevic
Emil Bergholt
Emil Jakobsen
Rasmus Lauge
Andrea Aagot Hansen
Helena Kindberg Hansen
Michala Elsberg Møller
Sarah Iversen
Frederik Ladefoged Blazejewicz
Emma Friis
Line Haugsted
Mette Tranborg
Trine Østergaard
Spillerpuljen for Herrelandsholdet i Håndbold
Spillerpuljen I Kvinde- og Herrelandsholdstruppen I Håndbold

samt

Anders Antonsen

Viktor Axelsen og

Dansk Håndbold
(advokat Martin Dahl Pedersen for alle)

mod

Better Collective A/S
(advokat Peter Lind Nielsen)

Denne afgørelse er truffet af retspræsident Mads Bundgaard Larsen og de sagkyndige medlemmer Jens Krog og Michael Christian Knudsen.

Sagens baggrund og parternes påstande

Denne sag, som er anlagt den 5. maj 2025, handler om, hvorvidt Better Collectives anvendelse af en række billeder af sagsøgerne samt håndboldlandsholdstrøjen på SpilXperten.com samt SpilXpertens profiler på Instagram og X er sket i redaktionel sammenhæng, hvilket ikke kræver samtykke, eller om anvendelsen er sket i kommercielt øjemed og i strid med sagsøgernes ret til eget billede og Dansk Håndbolds rettigheder til landsholdstrøjen. I givet fald handler sagen også om, hvor meget Better Collective skal betale for de skete krænkelser.

Sagsøgerne har nedlagt følgende påstande:

Påstand 1: Better Collective skal betale DKK 900.000 til Mathias Gidsel med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 2: Better Collective skal betale DKK 550.000 til Emil Nielsen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 3: Better Collective skal betale DKK 300.000 til Magnus Saugstrup med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 4: Better Collective skal betale DKK 200.000 til Simon Pytlick med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 5: Better Collective skal betale DKK 250.000 til Anne Mette Hansen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 6: Better Collective skal betale DKK 200.000 til Anna Kristensen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 7: Better Collective skal betale DKK 300.000 til Helena Elver, heraf DKK 200.000 med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker samt DKK 100.000 med tillæg af sædvanlig procesrente fra indgivelse af processkrift 1 den 9. januar 2026 til betalingen sker.

Påstand 8: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Emil Bergholt med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 9: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Emil Jakobsen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 10: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Rasmus Lauge med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 11: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Andrea Aagot Hansen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 12: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Helena Kindberg Hansen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 13: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Michala Elsberg Møller med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 14: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Sarah Iversen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 15: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Frederik Ladefoged Blazejewicz med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 16: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Emma Friis, heraf DKK 50.000 med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker samt DKK 50.000 med tillæg af sædvanlig procesrente fra indgivelse af processkrift 1 den 9. januar 2026 til betalingen sker.

Påstand 17: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Line Haugsted med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 18: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Mette Tranborg med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 19: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Trine Østergaard med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 20: Better Collective skal betale DKK 150.000 til Anders Antonsen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 21: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Viktor Axelsen med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker.

Påstand 22: Better Collective skal betale DKK 2.600.000 til Dansk Håndbold, heraf DKK 2.300.000 med tillæg af sædvanlig procesrente fra sagens anlæg til betalingen sker samt DKK 300.000 med tillæg af sædvanlig procesrente fra indgivelse af processkrift 1 den 9. januar 2026 til betalingen sker.

Påstand 23: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Elma Halilcevic med tillæg af sædvanlig procesrente fra indgivelse af processkrift 1 den 9. januar 2026 til betalingen sker.

Påstand 24: Better Collective skal betale DKK 100.000 til Spillerpuljen for Herrelandsholdet i Håndbold med tillæg af sædvanlig procesrente fra indgivelse af processkrift 1 den 9. januar 2026 til betalingen sker.

Påstand 25: Better Collective skal betale DKK 50.000 til Spillerpuljen i Kvinde- og Herrelandsholdstruppen i Håndbold med tillæg af sædvanlig procesrente fra indgivelse af processkrift 1 den 9. januar 2026 til betalingen sker.

Sagsøgte, Better Collective A/S, har nedlagt påstand om frifindelse, subsidiært mod betaling af et mindre beløb efter rettens skøn.

Oplysningerne i sagen

Denne sag handler om, at Better Collective har anvendt personbilleder af en række atleter henholdsvis håndboldlandsholdets trøje og logo uden samtykke fra de pågældende atleter henholdsvis Dansk Håndbold. Det har Better Collective gjort på Instagram og X samt på SpilXperten.com.

På Instagram og X omfatter sagen billeder fra perioden 13. december 2024 til 2. februar 2025, mens det på SpilXperten.com drejer sin om billeder fra den 23. november 2024 frem til de første måneder af 2025.

Sagsøgerne i sagen har krævet 50.000 kr. for hvert personbillede, 50.000 kr. for hvert holdbillede og 50.000 kr. for hvert billede, hvor landsholdstrøjen og landsholdslogoet har optrådt (uanset hvor mange trøjer og logoer, man kan se på det pågældende billede). Så når f.eks. Mathias Gidsel har rejst krav om betaling af 900.000 kr., er det fordi, at han optræder på 18 billeder (ud over holdbilleder), når Spillerforeningen for Herrelandsholdet i håndbold kræver 100.000 kr., er det fordi, at der er to billeder af herrelandsholdet, og når Dansk Håndbold kræ-

ver 2.600.000 kr., er det fordi, at landholdstrøjen og landsholdslogoet optræder på 52 billeder.

Sagens hovedspørgsmål er, om Better Collective har anvendt billederne i en redaktionel sammenhæng, som ikke kræver samtykke, eller i en kommerciel sammenhæng, som kræver samtykke. Hvis anvendelsen er sket i en kommerciel sammenhæng, er spørgsmålet endvidere, hvor meget Better Collective skal betale for den krænkelse af atleternes ret til eget billede og Dansk Håndbolds rettigheder, som udnyttelsen i givet fald ubestridt vil være udtryk for.

Sagens oplysninger består dels i det skriftlige materiale, som parterne har præsenteret i retten, dels i de forklaringer, der fremgår nedenfor.

Det skriftlige materiale gengives ikke i dommen, men overordnet set består det i materiale om forskellige sportsmedier og deres anvendelse af billeder, om bettingbranchen og reguleringen heraf, samt naturligvis i første række de omtvistede opslag fra Better Collective på SpilXperten, Instagram og X, samt generelle oplysninger om SpilXperten. Parterne har omtalt en del af det skriftlige materiale i deres synspunkter, som fremgår nedenfor.

Fra sektionen "Om SpilXperten" på den fremlagte udskrift fra SpilXpertens egen hjemmeside fremgår blandt andet følgende:

> "
>
> **Om SpilXperten**
> SpilXperten er et dansk sportsmedie. Med skarpe spilforslag, datadrevne analyser og aktuelle interviews dækker SpilXperten sportens største begivenheder, med en særlig interesse for danske klubber og atleter. Uanset om du er fan, oddser eller fantasyspiller, er SpilXperten garant for topunderholdning i artikler, shows og på sociale medier.
>
> …
>
> **Ansvarligt spil**
> På SpilXperten.com tager vi ansvarligt spil meget seriøst. Derfor har vi lavet en dedikeret sektion på siden, der beskæftiger sig med ansvarligt spil, og giver dig redskaber, du kan anvende for at få styr på et eventuelt spilproblem.
>
> **Forretningsmodel**
> Alt indhold på SpilXperten kan tilgås gratis. Både med og uden oprettet bruger. Da vi stiller vores indhold gratis til rådighed, er vi som onlinemedie afhængig af annoncører – oftest i form af spilud-

bydere. Derfor møder du her på sitet bannere samt henvisningslinks (såkaldte affiliatelinks), som er vores primære kilde til indtjening. Ved at anvende disse henvisningslinks, kan du være med til at styrke SpilXperten til at kunne investere i udvikling og penge ved – enten at modtage en del af den omsætning spiludbyderen genererer fra den erhvervede spillers tab, så længe denne spiller er aktiv hos spiludbyderen, eller ved at modtage en Cost Per Acquisition (CPA)-betaling (en engangsbetaling). I nogle tilfælde er det et mix af begge.

Dette en gæng forretningsmodel for onlinemedier i Danmark – store som små. Mange nyhedssites, bookingplatforme, prissammenligningssider, blogs og spilsider anvender denne forretningsmodel.

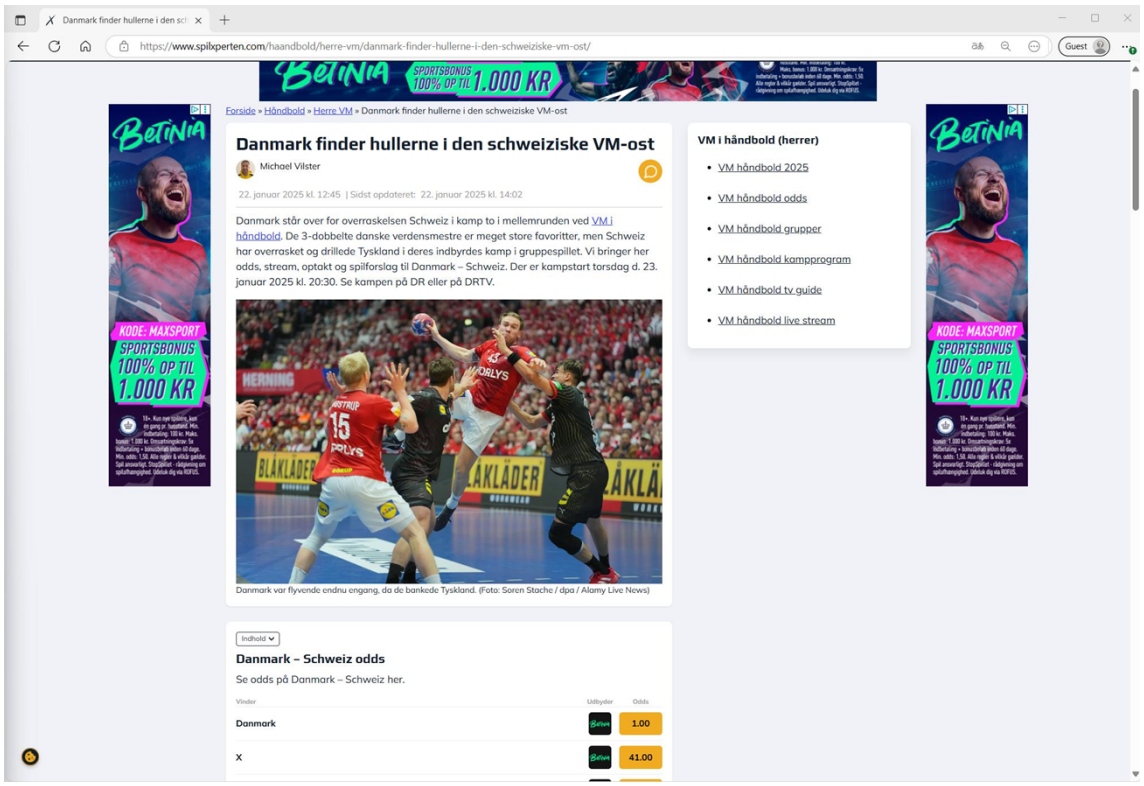
Derudover tjener SpilXperten penge på salg af annoncer på sitet (CPM), samt ved at sælge eksponering af bookmakerodds på udvalgte sektioner på siden.

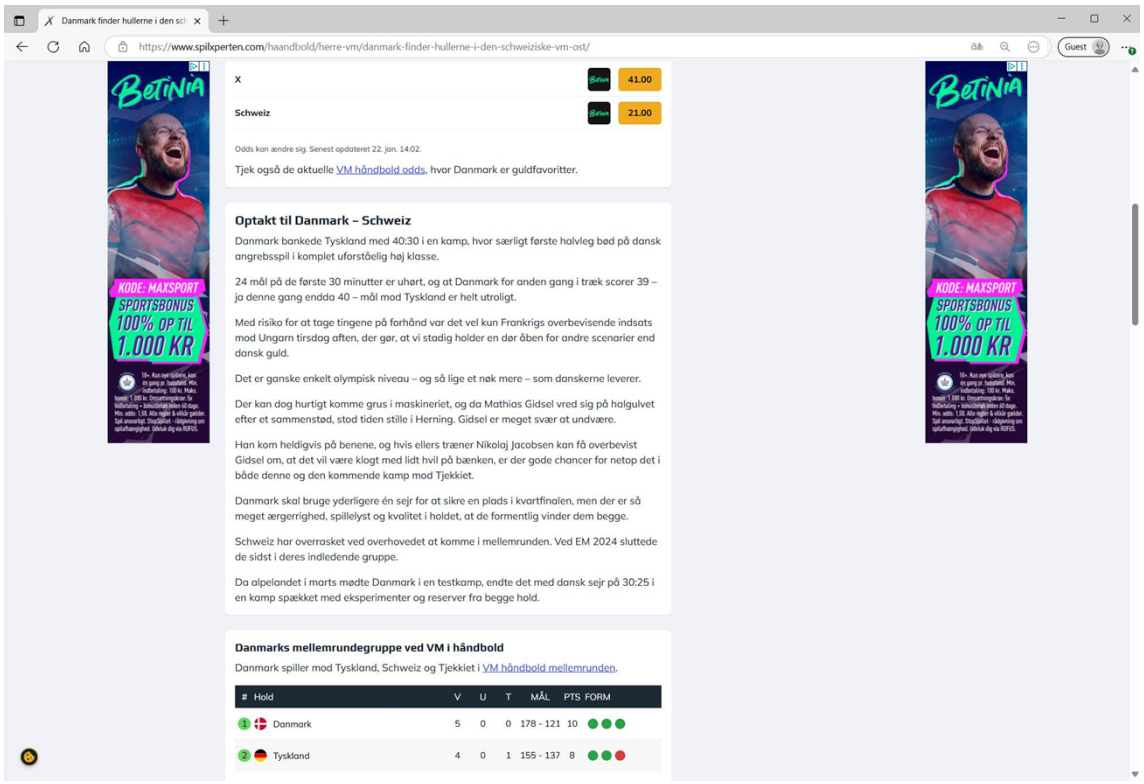
Uafhængighed
Selvom vi har spiludbydere blandt vores annoncører, er vi uafhængige.
…

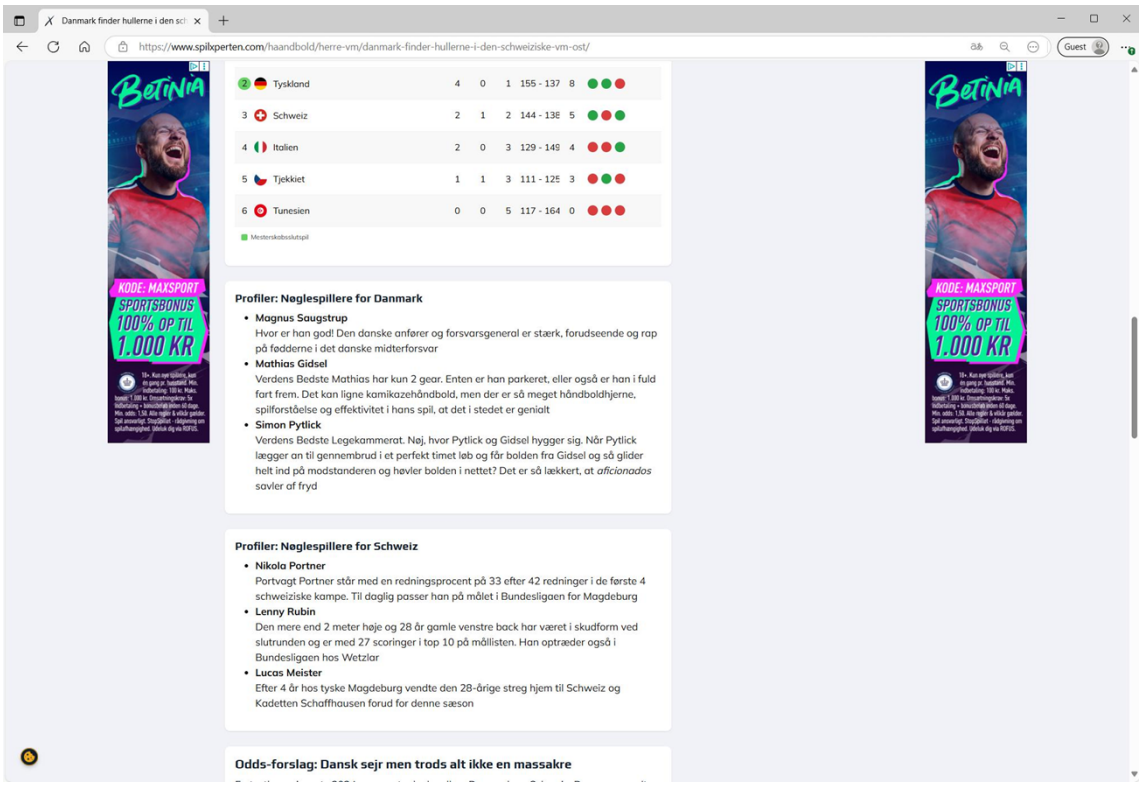
Brug af SpilXperten.com
For at kunne benytte SpilXperten.com – herunder emailservices – skal du være fyldt 18 år. ”

Nederst på hjemmesiden ”Om SpilXperten” findes henvisninger til ”18+ Spil ansvarligt!”, ”Center for Ludomani”, ”ROFUS StopSpillet”. Sådanne henvisninger findes generelt i foden (”footeren”) af de udskrifter fra SpilXperten.com, som parterne er uenige om i denne sag.

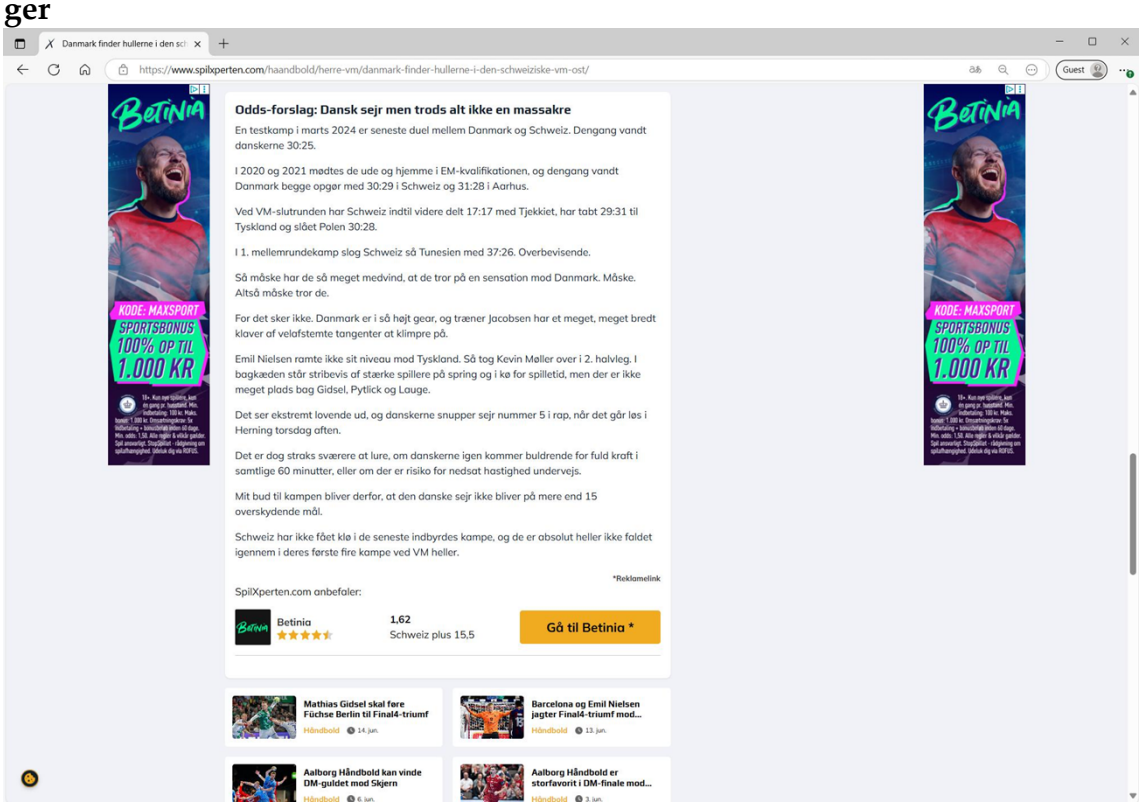
Som eksempel på en af de opslag med billeder, som sagen handler om, kan nævnes opslag af 22. januar 2025 på SpilXperten.com, der ser ud som følger (med billede af Simon Pytlick og Magnus Saugstrup fra det danske landshold):

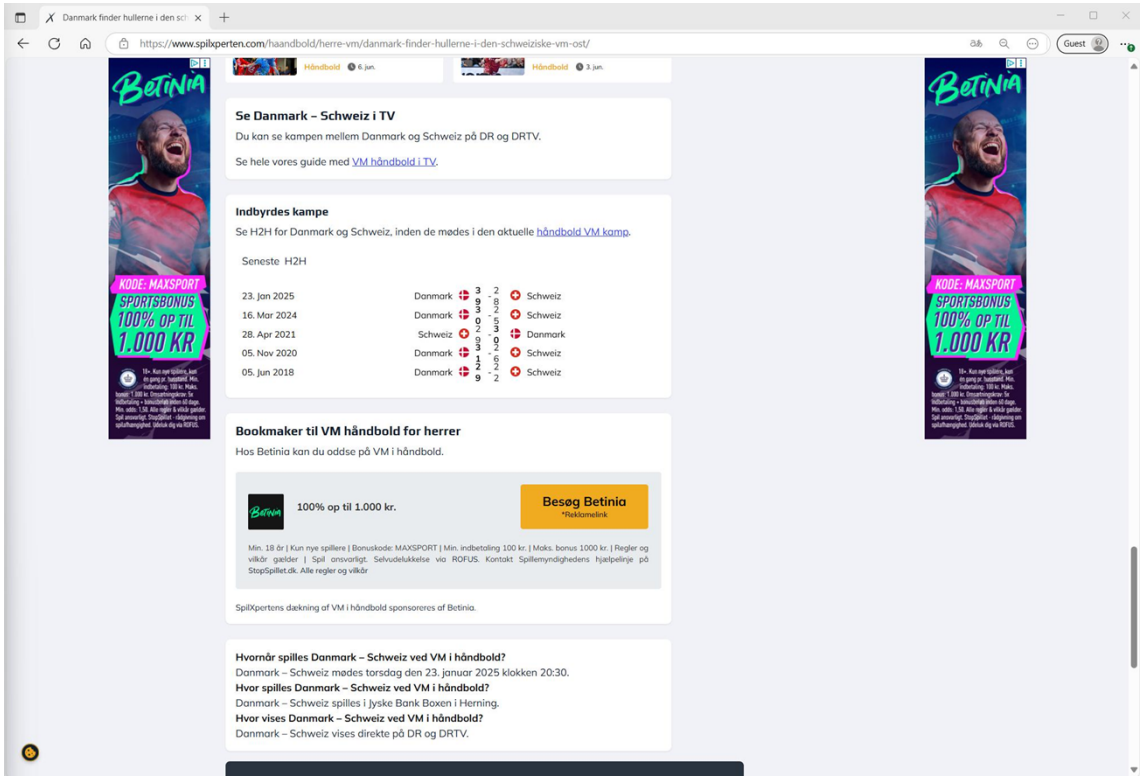

Danmark finder hullerne i den sc
https://www.spilxperten.com/haandbold/herre-vm/danmark-finder-hullerne-i-den-schweiziske-vm-ost/
Guest
BETINIA SPORTSBONUS 100% OP TIL 1.000 KR
Forside » Håndbold » Herre VM » Danmark finder hullerne i den schweiziske VM-ost
Danmark finder hullerne i den schweiziske VM-ost
Michael Vilster
22. januar 2025 kl. 12:45 | Sidst opdateret: 22. januar 2025 kl. 14:02
Danmark står over for overraskelsen Schweiz i kamp to i mellemrunden ved VM i håndbold. De 3-dobbelte danske verdensmestre er meget store favoritter, men Schweiz har overrasket og drillede Tyskland i deres indbyrdes kamp i gruppespillet. Vi bringer her odds, stream, optakt og spilforslag til Danmark – Schweiz. Der er kampstart torsdag d. 23. januar 2025 kl. 20:30. Se kampen på DR eller på DRTV.
Danmark var flyvende endnu engang, da de bankede Tyskland. (Foto: Soren Stache / dpa / Alamy Live News)
VM i håndbold (herrer)
VM håndbold 2025
VM håndbold odds
VM håndbold grupper
VM håndbold kampprogram
VM håndbold tv guide
VM håndbold live stream
Indhold
Danmark – Schweiz odds
Se odds på Danmark – Schweiz her.
Vinder
Udbyder
Odds
Danmark
1.00
X
41.00

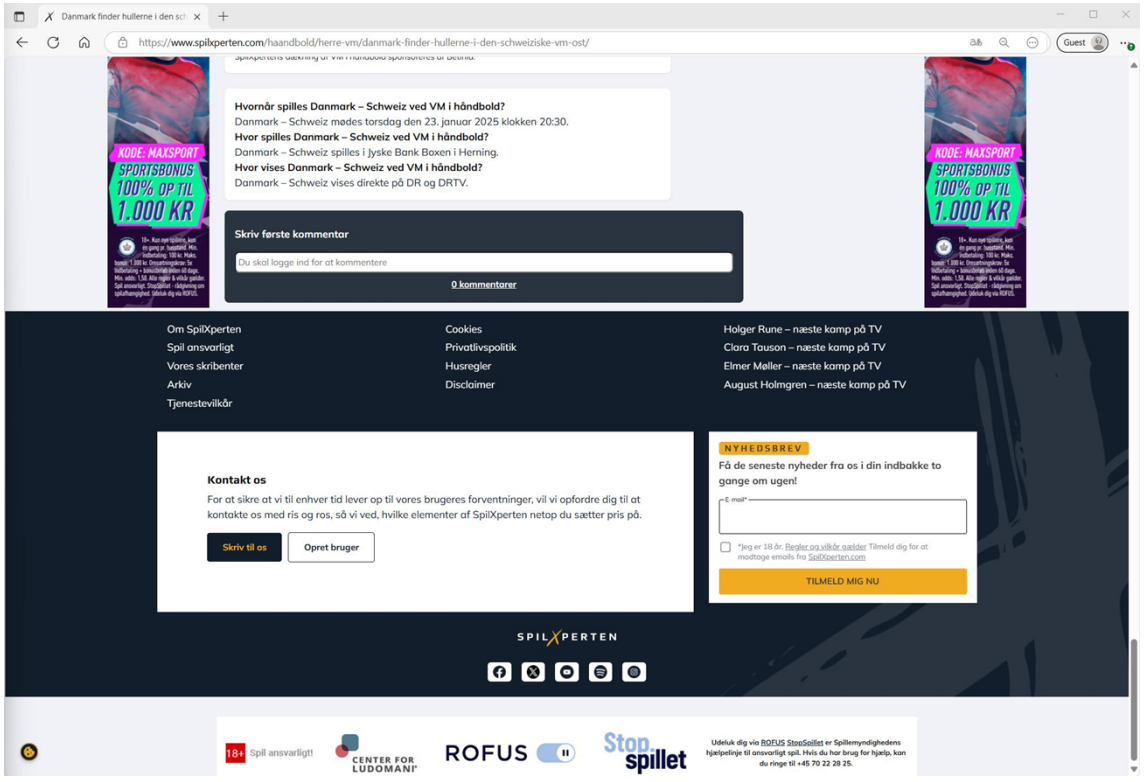

Danmark finder hullerne i den sc
https://www.spilxperten.com/haandbold/herre-vm/danmark-finder-hullerne-i-den-schweiziske-vm-ost/
Guest
X
41.00
Schweiz
21.00
Odds kan ændre sig. Senest opdateret 22. jan. 14:02.
Tjek også de aktuelle VM håndbold odds, hvor Danmark er guldfavoritter.
Optakt til Danmark – Schweiz
Danmark bankede Tyskland med 40:30 i en kamp, hvor særligt første halvleg bød på dansk angrebsspil i komplet uforståelig høj klasse.
24 mål på de første 30 minutter er uhørt, og at Danmark for anden gang i træk scorer 39 – ja denne gang endda 40 – mål mod Tyskland er helt utroligt.
Med risiko for at tage tingene på forhånd var det vel kun Frankrigs overbevisende indsats mod Ungarn tirsdag aften, der gør, at vi stadig holder en dør åben for andre scenarier end dansk guld.
Det er ganske enkelt olympisk niveau – og så lige et nøk mere – som danskerne leverer.
Der kan dog hurtigt komme grus i maskineriet, og da Mathias Gidsel vred sig på halgulvet efter et sammenstød, stod tiden stille i Herning. Gidsel er meget svær at undvære.
Han kom heldigvis på benene, og hvis ellers træner Nikolaj Jacobsen kan få overbevist Gidsel om, at det vil være klogt med lidt hvil på bænken, er der gode chancer for netop det i både denne og den kommende kamp mod Tjekkiet.
Danmark skal bruge yderligere én sejr for at sikre en plads i kvartfinalen, men der er så meget ærgerrighed, spillelyst og kvalitet i holdet, at de formentlig vinder dem begge.
Schweiz har overrasket ved overhovedet at komme i mellemrunden. Ved EM 2024 sluttede de sidst i deres indledende gruppe.
Da alpelandet i marts mødte Danmark i en testkamp, endte det med dansk sejr på 30:25 i en kamp spækket med eksperimenter og reserver fra begge hold.
Danmarks mellemrundegruppe ved VM i håndbold
Danmark spiller mod Tyskland, Schweiz og Tjekkiet i VM håndbold mellemrunden.
Hold V U T MÅL PTS FORM
1 Danmark 5 0 0 178 - 121 10
2 Tyskland 4 0 1 155 - 137 8



Forklaringer







De opslag fra Instagram og X, som parterne er uenige, ser ikke ud som ovenfor, men som eksemplet nedenfor (med billede af landsholdsspilleren Michala Elsberg Møller):



Forklaringer
Der er afgivet forklaring af Mathias Gidsel, Rasmus Lauge, Anna Kristensen, Torben Vinther og Pernille Holbøll.

Mathias Gidsel har forklaret blandt andet, at han har spillet håndbold hele sit liv og siden 2019 som professionel. Han spiller i dag i Tyskland og har siden 2020 været en del af herrelandsholdet, som har vundet EM, VM og OL. Han er blandt andet kåret til verdens bedste håndboldspiller tre år i træk.

Der er hvert år i januar måned stort fokus både på håndbold og på dem som spillere og personer i store dele af Danmark og Europa. Det er nemlig den måned, hvor slutrunderne ligger. Det er dermed også den måned, hvor han som "brand" er mest eksponeret og tjener mest på den kommercielle del af sit arbejde.

Hans indtægter stammer fra løn fra klubben, en landsholdsaftale samt hele den kommercielle del af hans virksomhed, som er den største indtægtskilde for ham. Hans sponsoraftaler har en løbetid på alt mellem 4 uger i januar og 12 måneders perioder. Han har haft sponsoraftale med Puma gennem hele sin karriere. Aftalerne dækker også SOME opslag, som ofte er det, han skal yde i henhold til aftalen. Aftalerne regulerer antallet af opslag, og det er vigtigt for ham, at han på den måde kan sætte rammer for sin eksponering. Han skal ikke eks-

poneres for meget, for så mister han brand værdi. Hans mindre sponsorater har en værdi af [udeladt]. Aftalen med Puma er på [udeladt].

Han har aldrig reklameret for betting og ønsker heller ikke at gøre det. Han har arbejdet en del med sin brandprofil og rollen som brand og rollemodel, herunder for unge mennesker. Han vil ikke forbindes med betting, for unge mennesker skal ikke forbinde ham med noget, som kan føre til problemer, herunder ludomani. Han gør en del for at opbygge sit brand, og det det, man ser på hans profiler, er professionelt styret. De virksomheder, han samarbejder med, er nøje udvalgt. Hvem klubberne eller ligaerne vælger at samarbejde med, ligger uden for hans skrivebord.

Problemet med eksponeringen af ham på SpilXperten er, at han mister kontrollen over sin eksponering. Dette kontroltab medfører, at han ikke kan bestemme, hvad han sættes i forbindelse med, herunder betting. Han mener ikke, at SpilXperten er et redaktionelt medie. Eksponeringen på SpilXperten er en direkte udnyttelse hans brand og hans person.

Han har på supplerende spørgsmål forklaret, at han ikke har afkrævet TV2 eller Betano penge i anledning af den foreviste udskrift fra TV2's hjemmeside, hvor der uden om et billede af ham og en artikel om, at han forlængede sin kontrakt i Berlin, fandtes bannerreklamer fra Betano. Det er rigtigt, at han på den måde mister kontrollen i forbindelse med eksponeringen hos TV2. Det samme kan siges om et andet eksempel fra BTs hjemmeside den 1. juni 2025, hvor der uden om et billede af ham og en artikel om hans klub fandtes en bannerreklame fra 888 Casino samt en reklame for expekt. Det er tilladt for medier på den måde at placere reklamer i forbindelse med artikler.

Rasmus Lauge har forklaret blandt andet, at han fik sin første professionelle kontrakt som 18-årig. Han spillede i udlandet fra 2013 til 2023, hvor han igen kom til Danmark. Siden 2010 har han spillet på landsholdet. Han har været med til at vinde EM og VM flere gange, ligesom han også har en OL-medalje foruden flere andre titler, herunder nationale titler i udlandet.

Januar måned er meget speciel i håndboldverdenen, hvor der blandt andet er EM hvert andet år og VM de øvrige. Den kommercielle eksponering er tilsvarende voldsom hver januar. Hver januar er han konstant i diverse medier, herunder hyppigt på landsdækkende tv kanaler. Hans kommercielle værdi er større i januar, end den er i andre måneder, hvilket også afspejler sig i sponsoraterne, hvor aflønningen er større i januar. Den større eksponering i januar kan også aflæses på hans feeds.

Hans indtægter stammer fra løn fra klubben samt indtægter fra landsholdet, som afhænger af Dansk Håndbolds kommercielle indtægter. Dertil kommer

indtægter fra personlige sponsorater, hvis størrelse kan svinge meget fra spiller til spiller. Han selv har haft Puma som sponsor siden 2018. [Udeladt]. Han har også haft en aftale med et fitness brand, som leverede fitnessudstyr til ham til gengæld for videoer, som han optrådte i, men som virksomheden ikke måtte bruge i januar måned. I den aftale fik han [udeladt]. Det samme firma har for kort tid siden givet ham et tilbud, hvor han vil få [udeladt].

Han har ikke på noget tidspunkt reklameret for betting og har absolut ikke noget ønske om det.

Der er en evig kamp mod virksomheder som SpilXperten, som bruger spillere som ham i kommercielle sammenhænge uden samtykke. Det er meget grænseoverskridende og dybt problematisk at blive sat i forbindelse med betting reklame. Hans holdning er, at SpilXperten er en kommerciel forretning, hvor indtægterne stammer fra betalingsselskaber.

Anna Kristensen har forklaret blandt andet, at hun har spillet håndbold i Skanderborg, Viborg og Esbjerg. Hun fik sin debut på landsholdet i 2019 og har været en fast del af holdet de sidste 2-3 år. Hun har været med til at vinde bronze i OL og VM samt sølv i EM.

I kvindehåndbold er december den måned, hvor der er mest aktivitet. Det gælder både for landsholdet og helt generelt. Det er også den måned, hvor der er mest opmærksomhed fra medier og på sociale medier.

Hendes indtægter består i løn fra klubben og landsholdet samt en kommerciel aftale, hun har med ASICS. Aftalen med ASICS betyder, at hun skal stille op for ASICS, herunder på sociale medier, og at hun skal dele nogle opslag fra ASICS. Under den aftale tjener hun omkring [udeladt]. Aftalen med ASICS blev indgået i foråret 2025 efter slutrunden i 2024. Slutrunden havde en betydning for aftalen.

Hun har ikke på noget tidspunkt reklameret for betting og ønsker heller ikke at gøre det. Hun tænker over, hvad hun vælger af kommercielle aftaler og har ingen lyst til at blive associeret med betting som person.

Hun vil kære ked af det, hvis nogen tror, at hun har forbindelse med de omstridte opslag i sagen, og at hun får penge for det.

Torben Vinther har forklaret blandt andet, at han er direktør for Spillerforeningen Håndbold og har været det i 4 år. Han har tidligere været professionel håndboldspiller samt medlem af bestyrelsen og formand for Spillerforeningen.

Spillerforeningen Håndbold er en fagforening for håndboldspillere på eliteniveau. De to spillerpuljer administrerer og fordeler de indtægter, der kommer fra landsholdsaftalen og andre kommercielle aftaler eller krænkelser.

Spillerforeningen har rakt ud til Better Collective et par gange, fordi Spillerforeningen mente, at der fandt krænkelser sted. Undervejs i forløbet bekræftede dommen i sagen mod Bet365 Spillerforeningens standpunkt.

Der er nok en gråzone mellem mainstream medier og medier som SpilXperten. Det, der er afgørende, er, om mediet har et decideret kommercielt sigte, hvor man bruger spillerne som blikfang direkte til at skabe en forretning. Der er ikke nogen tvivl om, at spillerne bruges direkte kommercielt i denne her sag.

Det er svært at prissætte opslag. For nogle spillere er 50.000 kr. nok passende, mens det for andre spillere er for lidt. Man skal også tage i betragtning, at spillerne bliver brugt, uden at de selv har givet samtykke. Og så skal man også lægge vægt på, hvornår på året, opslagene kommer. Beløbene i denne sag er ikke sat for højt.

Forbundets kommercielle indtægter indgår i spillerpuljerne, hvor spillerne selv har fastsat retningslinjerne, og hvor der også indgår bonuselementer baseret på de enkelte slutrunder. Alle spillerne får lige meget fra spillerpuljerne, så anciennitet og præstationer betyder ikke noget for fordelingen.

Når man som landsholdsspiller selv har mulighed for at sige ja eller nej til tilbud inden for Spillerpuljen, er det hans klare indtryk, at spillerne ikke ønsker at blive associeret med betting. Han kan huske, at spillerne har sagt nej tak til aftaler vedrørende energidrik.

Når en spiller kommer på landsholdet, sker der en dramatisk stigning i spillerens kommercielle værdi.

50.000 kr. pr. opslag er udgangspunktet, når Spillerforeningen i dag sender krav ud på baggrund af krænkelser. På den måde følger man sagen og dommen mod Bet365. Senest har Spillerforeningen afsluttet en sag med et dagblad, som betalte for krænkelser i henhold til den praksis for ni billeder samt gengivelse af landsholdstrøjerne, som man også betalte 50.000 kr. for.

Han har på supplerende spørgsmål forklaret, at den foreviste artikel fra BTs hjemmeside den 1. juni 2025, hvor der blandt andet er bannerreklame fra 888 casino uden om en artikel med billede af Mathias Gidsel, ikke kan udløse et krav for krænkelse af rettigheder. Det skyldes, at dette er et eksempel på, at et medie, BT, har en redaktionel artikel med et foto til. Og der kan man ikke gribe

ind, selv om der er bannerreklamer udenom. Det er ikke lig med, at det ikke er problematisk at gøre på den måde, men det er almindelig praksis og tilladt.

Pernille Holbøll har forklaret blandt andet, at hun er senior director i Sports Media Europe, Better Collective. Hun er uddannet journalist fra journalisthøjskolen og har været i mediebranchen hele sin karriere, herunder som chefredaktør på Ekstra Bladet og BT.

SpilXperten er et dansk medie under Better Collective, som producerer indhold på flere måder, herunder video, artikler og podcasts, om sport, herunder cykling, håndbold, fodbold og tennis.

Målgruppen er danske brugere, typisk mænd, som er interesseret og engageret i sport.

SpilXperten er ikke tilmeldt Pressenævnet. Det er der sådan set ikke nogen bestemt, særlig årsag til, men vurdering har været, at det ikke ville give brugerne større værdi eller bedre indhold at være tilmeldt Pressenævnet. SpilXperten opfylder umiddelbart betingelserne for at være tilmeldt Pressenævnet, navnlig at der skal være en ansvarshavende redaktør, en redaktionel behandling af indholdet og en klagemulighed. SpilXperten kunne i princippet tilmelde sig i morgen og udpege de nødvendige personer.

Så vidt hun ved, har SpilXperten ikke søgt om mediestøtte.

SpilXperten har 10-12 faste indholdsleverandører til indholdssiden af mediet. Det er et mix af fast ansatte og faste freelancere, hvoraf cirka halvdelen har en form for journalistisk baggrund, herunder som journalistuddannet. Aftalerne med freelancerne varierer og kan både angå aftale om betaling for en fast leverance eller aftale om betaling for et fast antal timer.

På SpilXperten er der en redaktion bestående af de 10-12 faste skribenter og en redaktør, som fordeler og leder arbejdet og holder redaktionsmøder. Der er redaktører på de enkelte stofområder. Redaktørrollen hos SpilXperten adskiller sig isoleret set ikke fra den, man finder på andre mediers sportsredaktioner.

SpilXperten er uafhængig, og redaktørerne bestemmer selv, hvad der skal dækkes, og hvad der er relevant. SpilXperten er interesseret i at producere så meget indhold som muligt, som bliver læst. Ingen annoncør på SpilXperten, f.eks. Continental dæk, kan bestemme, hvad der skal skrives i artiklerne. Men annoncørerne kan købe bannerreklamer alt efter, hvem der er interesseret i SpilXpertens hjemmeside.

SpilXperten er også til stede på X, Instagram, TikTok og podcasts. Det er en helt naturlig forlængelse af medieforretningen og en måde at gøre opmærksom på det indhold, der er på SpilXperten. Når SpilXperten har videopodcast om f.eks. tennis, så kan man tage udklip fra det format og sætte ind som videoklip på Instagram. Der er ikke reklamer eller reklametags i SpilXpertens SOME-posts.

Foreholdt udskrift af 30. juli 2025 fra Tipsbladets hjemmeside, hvor Tipsbladet har angivet SpilXperten som en bettingpartner, har hun forklaret, at SpilXperten præsenterer en del statistikdata om de enkelte kampe, og at man derfor signalerer et partnerskab på det område.

De fotos, som SpilXperten bruger, og som denne sag handler om, køber SpilXperten af fotobureauet Alamy, som sælger fotos fra blandt andet håndboldkampe til medierne. SpilXperten prioriterer at have relevante livebilleder fra kampe med i deres artikler. Billederne kan ikke undværes; det ville give et ualmindeligt dårligt produkt, og SpilXperten vil gerne give den bedste brugeroplevelse. Foreholdt eksempel på sådan et billede med to spillere på, forklarede hun, at SpilXperten ikke betaler Alamy 100.000 kr. for sådan et billede.

Foreholdt, at der nederst på eksempler fra SpilXpertens hjemmeside er henvist til "18+ Spil Ansvarligt" "Center for Ludomani" og "ROFUS Stop spillet" har hun forklaret, at disse henvisninger findes, fordi der i hele den sfære af brugere, som livesportdækningen henvender sig til, findes et publikum, som muligvis vil spille. Så disse henvisninger er udtryk for, at SpilXperten nærmet er overcompliant og deklarerer, at der her er tale om en type indhold, som kan gøre, at nogle går videre og spiller på disse kampe. SpilXperten vil med henvisningerne sikre, at man er transparent omkring den mulighed.

Better Collective har fremlagt en oversigt over, hvor lang tid brugerne gennemsnitligt har brugt på SpilXpertens hjemmeside henholdsvis på Tipsbladets hjemmeside, herunder hvilke undersider er der brugt tid på. Gennemsnittet var 3 minutter og 31 sekunder på Tipsbladet. Og 3 minutter og 15 sekunder på SpilXperten. Det viser, at man har noget, der virker, på SpilXperten, sådan at man beholder brugeren på sitet, hvor brugeren læser flere artikler og måske også lytter til noget. 3 minutter og 15 sekunder er en ganske fin tid, og det vil annoncørerne også synes.

Better Collective har også fremlagt data fra sociale medier, hvor man kan se, hvor mange "engagements" SpilXpertens posts genererer. "Engagement" betyder, at der er en form for interaktion fra brugerens side. Det kan være, at brugeren sender opslaget videre, klikker og følger et link til SpilXperten eller en podcast, eller kommenterer eller kommer med andre reaktioner på opslaget.

Better Collective har endvidere fremlagt en oversigt over blandt andet andre mediers henvisninger til SpilXperten og "Average Domain Authority". Det viser, at andre medier linker til SpilXperten i en normal citatprocedure, hvor man indsætter et dybt link. Andre mediers "Mentions" er også udtryk for en form for citat. "Average Domain Authority" er en form for indeksering af sider på google, og tallene viser, at SpilXperten har en forholdsvis høj Average Domain Authority, som groft sagt er et udtryk for, hvem og hvor mange der linker til SpilXperten.

SpilXperten tjener penge på flere måder, herunder på det annoncørindhold, der er rundt om artiklerne, hvilket er en typisk indtjeningskilde for gratismedier. På den måde kan SpilXperten ved et såkaldt direct sale sælge annonceplads til f.eks. Continental dæk. En anden indtjeningskilde er affiliate links, som fungerer ved, at SpilXperten på et markeret område et sted i artiklen henviser til f.eks. en annoncørs produkt. Hvis en bruger klikker på sådan et link, fungerer det sådan, at SpilXperten på forskellig vis afhængig af de enkelte aftaler får del i det beløb, som partneren tjener på den bruger, som bliver henvist fra SpilXpertens side. Affiliate marketing er en del af SpilXpertens forretning og én af indtægtskilderne.

Det er indholdet, der driver SpilXperten, og man ville ikke kunne undvære artiklerne.

Better Collective er et dansk selskab, som er stiftet og drevet af danskere. Det ejes ikke af bettingselskaber, og Better Collective ejer ikke nogen spiludbydere.

Hun blev foreholdt den ændring, der skete på SpilXpertens hjemmeside fra december 2023 til marts 2024, hvor der i december 2023 stod blandt andet, at

> "SpilXperten er en online portal, der ønsker at tilbyde et seriøst og kvalitativt community for spil- og tipsinteresserede. Vores primære formål er at levere information om og inspiration til sportsvæddemål i form af spilforslag og artikler"

og hvor der samme sted i marts 2024 stod, at:

> "SpilXperten er en online medie portal, der ønsker at tilbyde et seriøst og kvalitetsfyld community for dem, der er interesseret i sport – alt fra de mest populære ligaer til de mindre nicher. Gennem vores portal, kan fans udforske den spændende sports verden gennem forskelligt indhold, såsom eksklusive videoer, engagerede podcasts, redaktionelle sportsnyheder, sports tips og relevant info. Derudover tilbyder vi også viden og info, der ønskes før man regi-

> strerer sig hos licenserede bookmakere og ekspert udtalelse på de seneste og kommende sports events".

Dertil forklarede hun ikke har været med til at ændre den tekst, og at hun ikke kender baggrunden for den ændring. Men det har formentlig været et ønske om at være så præcis og transparent som muligt. Hun kender ikke til, at ændringen skulle have nogen sammenhæng med krævebreve fra Spillerforeningen.

Hun har på supplerende spørgsmål forklaret, at der ikke er udpeget en ansvarshavende chefredaktør for SpilXperten. Redaktøren for SpilXperten hedder Toke. Hun kender ikke hans baggrund og ved ikke, om han er journalist. Hun nævnte derefter navnene på tre af journalisterne på SpilXperten. SpilXperten bruger AI til flere ting, men der findes ikke rent AI indhold på SpilXperten. AI bruges til at assistere, blandt til at analysere data og i processen omkring det indholdsmæssige.

Tipsbladet er tilmeldt Pressenævnet. Tipsbladet stammer fra 1948 og blev købt af Better Collective omkring 2022, hvor det allerede var tilmeldt Pressenævnet. Tipsbladet er en anden type medie; det er langt mere kritisk og på sine områder også mere specialiseret end SpilXperten.

Foreholdt, at det fremgår af SpilXpertens hjemmeside, at man skal være fyldt 18 år for at benytte SpilXperten.com, forklarede hun, at det skal man, fordi der findes spilannoncer og henvisningslinks til spil. Det er for at sikre, at under 18 år ikke læser det indhold.

Hun har om de såkaldte "footere" på SpilXperten, hvor der står "18+ Spil Ansvarligt" mv. supplerende forklaret, at SpilXperten ønsker at sikre sig, at man i hvert fald kører fuldstændig efter reglerne inden for det område. Man har disse footere med for at være så tydelige som muligt. Hun mener også, at der har være tilsvarende footere på sportssiderne hos BT, hvor der har henvist til ROFUS, Stop Spillet. Det er også indgået i speaks i nogle podcasts hos BT. Det er en god ting at have med.

Hun har ikke hørt om sagen mod BET365. Det er ikke noget, man har drøftet i SpilXperten, som jo ikke udbyder betting.

Parternes synspunkter

Sagsøgerne har i det væsentlige procederet i overensstemmelse med påstandsdokumentet:

> "…

1. SAGENS KERNE

1 Denne sag er anlagt, fordi sagsøgerne har konstateret, at Better Collective utilbørligt og uden samtykke har udnyttet velkendte atleters personbilleder og Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder til landsholdets trøje og logo i markedsføringsøjemed på SpilXpertens virksomhedsprofiler på Instagram og X samt på hjemmesiden www.spilxper-ten.com.

2 Better Collective har dermed krænket sagsøgernes ret til eget billede, hvorfor atleterne er berettiget til godtgørelse og erstatning svarende til sædvanlig betaling for brug, jf. markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. § 3, stk. 1 (M:8 - 9), og almindelige retsgrundsætninger (M:167-168). Better Collective har endvidere krænket Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder til landsholdets trøje og logo. Dansk Håndbold er derfor berettiget til vederlag, erstatning og godtgørelse efter markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. § 22, stk. 1 (M:9).

2. SAGENS PARTER

3 Spillerforeningen Håndbold er en interesseorganisation og fagforening for danske nuværende såvel som forhenværende elitehåndboldspillere i ind- og udland, og er i denne sag indtrådt som mandatar for atleterne. Spillerforeningen Håndbold optræder tillige som mandatar for Spillerpuljen for Herrelandsholdet i Håndbold og Spillerpuljen i Kvinde- og Herrelandsholdstruppen i Håndbold, som er kollektive puljeordninger, der forvalter atleternes fælles kommercielle rettigheder, og hvori vederlag for kommerciel udnyttelse af holdbilleder tilgår spillerne. Derudover er også Dansk Håndbold sagsøger i denne sag. Dansk Håndbold er det officielle specialforbund for håndbold i Danmark og er indehaver af de kommercielle rettigheder til håndboldlandsholdets trøje og logo.

4 Sagsøgte Better Collective A/S er et dansk-registreret selskab, som blandt andet udbyder det online-baserede community "SpilXperten" på hjemmesiden www.spilxperten.com. SpilXperten tjener penge på at samarbejde med bookmakere samt eksponere bookmakernes odds på deres platforme, således at brugerne får direkte adgang hertil. Better Collective markedsfører blandt andet SpilXpertens ydelser over for danske forbrugere på SpilXpertens virksomhedsprofiler på de sociale medier Instagram og X.

3. UBERETTIGET BRUG AF LANDSHOLDSTRØJEN OG ATLETERNES BILLEDER

5 Denne sag vedrører, hvorvidt Better Collective kommercielt og uberettiget har brugt atleternes personbilleder samt landsholdstrøjen på SpilXpertens virksomhedsprofiler på Instagram og X samt på hjemmesiden

www.spilxper-ten.com og dermed har krænket atleternes ret til eget billede samt Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder til landsholdets trøje og logo. Derudover vedrører sagen, hvor meget Better Collective skal betale i erstatning, vederlag og godtgørelse for den uberettigede brug.

6 Better Collective har i perioden fra 13. december 2024 til 2. februar 2025 i en række opslag brugt landsholdets trøje og logo samt atleternes personbilleder på SpilXpertens virksomhedsprofiler på Instagram og X, jf. bilag 1 (E:261 - 287), samt i en række artikler på SpilXpertens hjemmeside www.spilxperten.com i perioden fra 23. november 2024 og frem til de indledende måneder af 2026, jf. bilag 2a (E:229 - 259).

1. Personbillederne af atleterne er blevet brugt uden atleternes samtykke, herunder:

- mindst 18 gange vedrørende håndboldspilleren Mathias Gidsel (E:239, 241, 243-244, 246-247, 251, 264, 269, 271-273, 275, 278-282, 286)
- mindst 11 gange vedrørende håndboldspilleren Emil Nielsen (E:240, 244, 246, 248, 267, 276-278, 283-285)
- mindst 6 gange vedrørende håndboldspilleren Magnus Saugstrup (E:239, 244-245, 248, 264, 274)
- mindst 4 gange vedrørende håndboldspilleren Simon Pytlick (E:245, 272, 274, 287)
- mindst 5 gange vedrørende håndboldspilleren Anne Mette Hansen (E:231, 233, 235, 249-250)
- mindst 4 gange vedrørende håndboldspilleren Anna Kristensen (E:237-238, 249-250)
- mindst 6 gange vedrørende håndboldspilleren Helena Elver (E:229, 234, 249-250, 252-254, 257)
- mindst 3 gange vedrørende badmintonspilleren Anders Antonsen (E:265-266, 268)
- mindst 2 gange vedrørende håndboldspilleren Emil Bergholt (E:240, 267)
- mindst 1 gange vedrørende håndboldspilleren Emil Jakobsen (E:242)

- mindst 1 gange vedrørende håndboldspilleren Rasmus Lauge (E:270)
- mindst 2 gange vedrørende håndboldspilleren Andrea Aagot Hansen (E:249, 250)
- mindst 2 gange vedrørende håndboldspilleren Helena Kindberg Hansen (E:249, 250)
- mindst 2 gange vedrørende håndboldspilleren Michala Elsberg Møller (E:236, 261)
- mindst 2 gange vedrørende håndboldspilleren Sarah Iversen (E:249, 250)
- mindst 1 gang vedrørende håndboldspilleren Frederik Ladefoged Blazejewicz (E:240)
- mindst 2 gange vedrørende håndboldspilleren Emma Friis (E:232, 255)
- mindst 1 gang vedrørende håndboldspilleren Line Haugsted (E:230)
- mindst 1 gang vedrørende håndboldspilleren Mette Tranborg (E:236)
- mindst 1 gang vedrørende håndboldspilleren Trine Østergaard (E:262)
- mindst 1 gang vedrørende badmintonspilleren Viktor Axelsen (E:263)
- mindst 1 gang vedrørende håndboldspilleren Elma Halilcevic (E:256)
- mindst 1 gang vedrørende kvindelandsholdet i håndbold (E:258)
- mindst 2 gange vedrørende herrelandsholdet i håndbold (E:241, 259)

7 Landsholdstrøjen er blevet brugt uden Dansk Håndbolds samtykke mindst 52 gange (E:229-252, 255-259, 261-262, 264, 267, 269-287).

8 Spillerforeningen Håndbold har henholdsvis den 14. januar 2022, den 18. december 2023, den 26. januar 2025 og den 5. marts 2025 på vegne af Dansk Håndbold og atleterne rettet henvendelse til Better Collective vedrørende Better Collectives uberettigede brug af billeder af landshold-

strøjen og atleternes personbilleder. I brevene påpegede Spillerforeningen Håndbold, at brugen af billederne var i strid med atleternes ret til eget billede og Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder, og at Better Collective skulle ophøre med denne brug ved straks at fjerne billederne fra deres markedsføring. I sidste henvendelse rejste Spillerforeningen Håndbold på vegne af Dansk Håndbold og atleterne krav om betaling for den uberettigede brug svarende til DKK 6.750.000. Det bemærkes i den forbindelse, at det samlede krav efter de foretagne påstandsændringer, jf. punkt 93, udgør 6.600.000 kr.

9 Better Collective besvarede Spillerforeningen Håndbolds henvendelser henholdsvis den 4. januar 2024, den 30. januar 2025 og den 11. marts 2025. I besvarelsen af 4. januar 2024 samt 30. januar 2025 afviste Better Collective at have krænket atleternes ret til eget billede samt Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder og dermed at være pligtig til at betale de rejste vederlags- og godtgørelseskrav under henvisning til, at brugen af billederne ikke var af kommerciel karakter. Ved besvarelsen af 11. marts 2025 blev kravene endnu engang afvist.

4. OVERSIGT OVER ANBRINGENDER

10 Sagsøgerne gør overordnet gældende, at Better Collective uden samtykke fra atleterne og Dansk Håndbold har anvendt atleternes personbilleder og landsholdets trøje og logo i kommercielle sammenhænge på SpilXpertens platforme, og at denne brug udgør en krænkelse af atleternes ret til eget billede, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 1, og almindelige retsgrundsætninger, samt en krænkelse af Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder til landsholdets trøje og logo, jf. markedsføringslovens §§ 3, stk. 1, og 22, stk. 1. Sagsøgerne er som følge heraf berettiget til vederlag, godtgørelse og erstatning, jf. markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3.

11 Brugen af atleternes personbilleder og landsholdstrøjen er kommerciel. SpilXperten er en affiliateaktør i bettingbranchen, og ca. 70 % af omsætningen stammer fra affiliate-markedsføring for bettingvirksomheder. Artiklerne på SpilXpertens hjemmeside indeholder gennemgående oddsforslag, bettingtips og klikbare affiliate-links til navngivne bettingudbydere, og der er ikke en tydelig adskillelse mellem det kommercielle indhold og det indhold, Better Collective betegner som redaktionelt. Tilsvarende har opslagene og stories på sociale medier til formål at drive trafik til SpilXpertens hjemmeside og derigennem til spiludbyderne. Ved at anvende atleternes billeder som blikfang i dette indhold snylter SpilXperten på atleternes reklamemæssige værdi og skaber på uberettiget vis associationer mellem atleterne og spiludbyderne.

12 Better Collectives anbringende om, at SpilXperten er et nyhedsmedie, bestrides. SpilXperten er hverken anmeldt til Pressenævnet eller forsynet med en ansvarshavende redaktør og opfylder ikke størstedelen af de kumulative betingelser i mediestøtteloven. SpilXpertens indhold er struktureret omkring sportsbetting og tjener ikke et uafhængigt redaktionelt formål. At Better Collective efter sagsøgernes henvendelser ændrede SpilXpertens selvbe-skrivelse fra bl.a. "online portal" til "online medie portal" understreger, at betegnelsen som medie er et taktisk forsvarsgreb og ikke udtryk for en reel ændring af platformens karakter.

13 Det bør tillægges vægt i den retlige vurdering af krænkelsens karakter, at lovgiver med den politiske aftale om Spilpakke 1 (E:391 - 407) og lovforslag L 127 til bl.a. spilleloven (M:21 - 36) har reageret på stigende pengespils-problemer ved bl.a. at foreslå et forbud mod brug af autoriteter, herunder professionelle sportsudøvere, i spilmarkedsføring samt begrænsninger af affiliate-baseret afregning. Better Collectives brug af kendte atleter i indhold, der fremmer bettingaktivitet, er i direkte modstrid med de hensyn, lovgiver ønsker at varetage.

14 Ved udmålingen af vederlag, godtgørelse og erstatning skal der lægges vægt på eksponeringens omfang, den potentielle skade på atleternes samarbejdsmuligheder og image, den særligt skærpende kobling til spilindustriensamt det forsætlige i overtrædelsen, idet Better Collective gentagne gange er blevet gjort opmærksom på den uberettigede brug. Det bør endvidere tillægges vægt, at krænkelserne tidsmæssigt falder sammen med de store internationale slutrunder, hvor atleternes reklamemæssige værdi er på sit højeste, og at atleternes genkendelighed og troværdighed som repræsentanter for Danmark på højeste internationale niveau gør dem til værdifulde blikfang. Retspraksis i Bet365-sagen (U.2024.4856 Ø) (MS:57 - 61) har fastlagt et de facto minimumsvederlag på 50.000 kr. pr. atlet pr. billede, og sagsøgernes krav er opgjort i overensstemmelse hermed.

5. UDDYBNING AF ANBRINGENDER

5.1 Kommerciel brug af atleternes personbilleder og landsholdstrøjen

15 Ifølge dansk ret har atleterne en selvstændig ret til at bestemme i hvilket omfang, på hvilken måde og med hvilket formål deres personbilleder må benyttes kommercielt, jf. almindelige retsgrundsætninger som fastslået i U.1965.126 H (M:49 - 55) og markedsføringslovens § 3, stk. 1.

16 Atleterne har ikke givet tilladelse til, at deres personbilleder må anvendes af SpilXperten til promoveringsformål. Idet ingen af atleterne har givet tilladelse til brugen af personbillederne, udgør SpilXpertens brug af disse en

overtrædelse af atleternes rettigheder efter personlighedsretten og markedsføringsloven.

17 Dansk Håndbold ejer de kommercielle rettigheder til håndboldlandsholdets trøje og logo, og det kræver derfor samtykke fra Dansk Håndbold at bruge billeder af landsholdets trøje og logo i kommerciel sammenhæng, herunder i opslag, stories og artikler. Idet Dansk Håndbold ikke har givet samtykke til brugen, har SpilXperten gennem sine opslag og artikler ligeledes krænket Dansk Håndbolds rettigheder, jf. markedsføringslovens §§ 3, stk. 1, og 22, stk. 1.

18 Landsholdets trøje og logo fremtræder tydeligt på billederne i både opslag og artikler, og SpilXperten snylter derfor direkte på håndboldlandsholdets brand og goodwill og giver modtagerne af budskaberne, dvs. danske forbrugere, et klart indtryk af, at der er en forbindelse mellem håndboldlandsholdet og SpilXperten. Dermed bruger SpilXperten håndboldlandsholdet på samme måde, som sponsorer får ret til, når de indgår en sponsoraftale med Dansk Håndbold - men som sponsorerne vel at mærke betaler for.

19 Med henblik på at belyse, at anvendelsen af atleternes billeder samt landsholdstrøjen er sket i en markedsføringsmæssig sammenhæng, redegøres der i det følgende for følgende forhold, som samlet understøtter, at der foreligger uberettiget brug: 1) SpilXpertens forretningsmodel og økonomiske afhængighed af bettingbranchen, 2) den kommercielle karakter af artiklerne, 3) den manglende adskillelse mellem kommercielt og øvrigt indhold og 4) den kommercielle karakter af opslag og stories på sociale medier.

5.1.1 Forretningsmodel og økonomisk afhængighed af bettingbranchen

20 Sagsøgerne gør gældende, at SpilXperten er en kommerciel platform, som efter sin funktion optræder som en affiliateaktør i bettingsektoren og dermed udgør en integreret del af denne branche.

21 Til støtte herfor fremgår det af Better Collectives svar på sagsøgernes provokation i duplikkens punkt 6.1, at "*omtrent 70 % af omsætningen for SpilXperten udgøres af indtægter fra affiliation-markedsføring for bettingvirksomheder, mens omtrent 29 % genereres gennem direkte salg til annoncepartnere, herunder både bettingvirksomheder og andre typer af annoncepartnere*." (E:78)

22 SpilXpertens økonomiske kerneforretning består derved i at samarbejde kommercielt med bettingudbydere, og platformens indtjening afhænger direkte af, at brugerne aktiveres til at klikke på affiliate-links, oprette bettingkonti på bettingvirksomheder såsom Bet365 og Betinia og placere væddemål. Denne forretningsmodel skaber et direkte incitament til at

fremme væddemålsaktivitet. Den resterende del af omsætningen stammer fra direkte annonceaftaler, hvor annoncører, herunder også bettingvirksomheder, betaler for at få vist reklamer på platformen. Better Collectives henvisning til øvrige annoncepartnere ændrer ikke ved, at SpilXpertens økonomiske kerneforretning udgøres af kommercielle relationer til bettingvirksomheder. SpilXpertens økonomiske afhængighed af spilindustrien er derfor ikke blot dominerende, men gennemgående i hele omsætningsgrundlaget.

23 Nyere retspraksis viser i den forbindelse, at domstolene tillægger den økonomiske afhængighed mellem parterne afgørende vægt ved den markedsføringsretlige vurdering af kommerciel hensigt. I Retten i Lyngbys dom af 11. november 2025 (rettens nr. 1-1301/2025) (M:129 - 154) var en omsætningsandel på 10-15 % tilstrækkelig til at statuere, at der forelå en åbenbar kommerciel relation mellem en avis og en producent, og retten fandt bl.a. på den baggrund, at de omtvistede omtaler havde et kommercielt formål. SpilXperten er økonomisk markant mere afhængig af bettingudbydere, hvilket gør det kommercielle formål endnu tydeligere.

24 Dertil kommer, at SpilXpertens profiler på Instagram og X samt hjemmesiden www.spilxperten.com alle indeholder oplysninger om ansvarligt spil, aldersgrænse på 18+, Center for Ludomani og muligheden for selvudelukkelse via Rofus, som kun er lovpligtige oplysninger for platforme, som markedsfører pengespil i Danmark, jf. bilag 7 (E:381 - 383). Der henvises også til testen "Gamalyze", hvor brugerne kan selvteste deres spillemønstre. Når SpilXperten har indsat netop disse oplysninger, er det udtryk for, at de anser sig selv som en aktør, der markedsfører pengespil.

25 På den baggrund må SpilXperten anses for at være en aktør, som er økonomisk integreret i bettingbranchen.

26 SpilXpertens markante andel af omsætning, som relaterer sig til bettingbranchen, bør ses i lyset af spilmarkedets samlede omsætning og størrelse.

27 Ifølge Spillemyndighedens opgørelse pr. august 2025, jf. bilag 10 (E:355 - 357), udgjorde det samlede liberaliserede spilmarked en bruttospilleindtægt (BSI) på ca. 12,41 mia. kr. i perioden 2024-2025. Heraf stammer 29,2 % – svarende til ca. 3,6 mia. kr. – fra væddemål alene. Sammenlignet med 2012-2013 er det totale danske spilmarked vokset med ca. 46 % målt på BSI, og den samlede BSI i perioden 2012-2025 udgør ca. 81 mia. kr. Bettingmarkedet er vokset betydeligt siden liberaliseringen og er fra perioden 2012-2013 til perioden 2024-2025 steget med ca. 1,074 mia. kr. Betting fremstår således som en økonomisk betydelig og stabilt voksende kategori i den danske spilindustri siden liberaliseringen i 2012.

28 Det følger af en skriftlig erklæring (E:533 - 538) afgivet af Spillebranchens direktør, Morten Rønde, i U.2024.4856 Ø (Bet365-sagen), at markedsføring i bettingbranchen "*ikke blot er et redskab til at øge synligheden, men faktisk udgør selve markedsadgangen*," jf. bilag 11, side 4 (E:536). Samme sted fremhæver Morten Rønde, at både nationale og internationale operatører investerer massivt i markedsføring, fordi "*uden effektiv markedsføring er det umuligt […] at nå ud til potentielle kunder og etablere en tilstedeværelse på markedet." Af erklæringen fremgår endvidere, at branchen bevidst arbejder med at opbygge såkaldte "communities*", hvor aktører som SpilXperten tjener som specialiserede platforme, der samler og aktiverer bettinginteresserede brugere, jf. bilag 11, side 4-5 (E:536 - 537). Sagsøgtes forsøg på at sondre mellem spillebranchens "egne" communities og SpilXpertens community ændrer ikke herved. Også hvis community-opbygningen formelt sker under SpilXpertens eget brand, ændrer det ikke ved, at brugerrelationen kommercielt udnyttes til at eksponere brugerne for bettingrelateret indhold og lede dem videre til bookmakere.

29 Hertil kommer, at hvis en kommerciel virksomhed som Better Collective blot kunne oprette et datterselskab - et underliggende "community" - og derigennem uden samtykke anvende atleters personbilleder med den begrundelse, at der er tale om redaktionel formidling, ville det reelt udvande beskyttelsen af retten til eget billede. En sådan konstruktion kan ikke føre til, at den kommercielle udnyttelse af atleternes billeder falder uden for markedsføringslovens og personlighedsrettens beskyttelsesområde.

30 I modsætning til det af sagsøgte anførte i processkrift A, punkt 2.7., er det underordnet, at erklæringen omtaler spiludbydere. Erklæringen belyser spillebranchens samlede markedsmekanismer, og disse mekanismer omfatter netop aktører som SpilXperten, der – uden selv at udbyde spil – bidrager til at tiltrække og konvertere brugere til spiludbyderne.

31 Sagsøgtes analogier til sportsklubber, spillertrøjer, sponsorater (processkrift A, punkt 2.4.) og herreligasamarbejdet med en bettingaktør (processkrift A, punkt 4.9., og bilag V) kan ikke tillægges betydning. Både sponsorater, trøjereklamer og ligasamarbejder beror på konkrete aftaler og er klart identificerbare kommercielle eksponeringer. Det adskiller sig grundlæggende fra nærværende sag, hvor sagsøgte uden samtykke anvender sagsøgernes billeder i indhold, der fremstår som sportsomtale, men er struktureret til at fremme bettingaktivitet. Modpartens bilag U er tilsvarende uden relevans, idet bilaget alene omtaler konsekvenserne ved et forbud mod bettingreklamer på spillertrøjer – dvs. aftalebaseret reklameeksponering.

32 Det gøres samlet gældende, at SpilXperten befinder sig i selve kernen af værdikæden mellem forbrugere og kommercielle bettingudbydere, hvor formålet er at generere bettingaktivitet og omsætning hos licenserede operatører.

5.1.2 Artiklernes kommercielle karakter

33 Sagsøgerne gør gældende, at artiklerne på SpilXpertens hjemmeside, hvori sagsøgernes personbilleder og landsholdstrøjen bruges som blikfang, har kommerciel karakter.

34 Artiklernes kommercielle karakter understøttes for det første af hjemmesidens indhold, som omfatter spilrelaterede aktiviteter, herunder oddsanbefalinger, bettingtilbud, anmeldelser af bookmakere samt øvrige elementer relateret til betting, online casino og lignende spilaktiviteter, jf. bilag 7 (E:381 - 383). Det kommercielle formål fremhæves yderligere nederst på forsiden, hvor rubrikken "På SpilXperten har vi noget for alle" er efterfulgt af links til aktiviteter som "betting tips", "odds-fiduser", "online casino", "free spins" og "online poker".

35 For det andet kommer den kommercielle hensigt konkret til udtryk ved, at SpilXperten har indgået samarbejdsaftaler med flere spiludbydere og aktivt henviser brugerne til disse udbyderes hjemmesider. I den forbindelse indeholder artiklerne også såkaldte affiliate links, der ved klik leder brugerne direkte til spiludbydernes platforme. Anvendelsen af affiliate links udgør en markedsføringsmetode, som Forbrugerombudsmanden har taget stilling til i flere afgørelser, jf. bl.a. afgørelse af 14. december 2015 (M:157), hvor metoden entydigt er vurderet som udtryk for kommerciel hensigt.

36 Affiliate-markedsføring er en internetbaseret metode, hvor en annoncør betaler partnere for at skabe trafik og kunder (M:219 - 220). Hos SpilXperten betaler spiludbydere som Betinia, Betano og Bet365 således for, at deres affiliatelinks placeres i artikler, optakter og spilforslag, og når brugere klikker på disse links og opretter en konto, modtager SpilXperten provision.

37 Brugen af affiliate links skal ses i kombination med, at SpilXperten bruger andre midler til at lede trafikken fra deres hjemmeside og hen til deres samarbejdspartneres - spiludbydernes - hjemmesider. Artiklerne indeholder bl.a. et stjernebedømmelsessystem, hvor anmeldere rangerer og vurderer spiludbyderne, jf. bilag 8 og 2a (E:349 - 354 og 229 - 259). Dette stiller spiludbyderne i et godt lys, hvilket tiltrækker flere samarbejdspartnere til SpilXperten, samtidig med at det skaber et incitament for brugerne til at klikke videre til spiludbydernes hjemmesider. Desuden fremgår det i

umiddelbar forlængelse af artiklerne, at der ved klik på affiliatelinks til bettinghjemmesiderne kan opnås bonusser i forskellige størrelsesordener, jf. bilag 2a (E:229 - 259). Det er netop disse strategiske forsøg på at lede trafik fra SpilXpertens hjemmeside hen til deres samarbejdspartneres/spiludbydernes hjemmesider, der gør artiklerne kommercielle, jf. Forbrugerombudsmandens afgørelse af 12. juni 2019 (M:155), hvor Forbrugerombudsmanden netop fastslog, at en række anmeldelser af kasinoer var kommercielle, fordi anmeldelserne var med til at lede trafik hen til spiludbydernes hjemmesider.

38 De direkte opfordringer til at spille hos specifikke bookmakere forfølger et dobbelt formål: dels at drive trafik til samarbejdspartnerne, dels at generere kommission. Denne konstruktion rækker væsentligt ud over almindelig journalistisk formidling, der tilstræber en ikke-kommerciel formidling.

39 For at illustrere artiklernes kommercielle karakter er der bl.a. fremlagt en typeeksempel-artikel i fuld længde fra 22. januar 2025, jf. bilag 8 (E:349 - 354). Artiklen er udgivet dagen før en konkret kamp, der blev afviklet den 23. januar 2025. Artiklen er ikke udformet som en redaktionel sportsnyhed, som man kender fra dagbladene, men som et målrettet markedsføringsværktøj: Artiklen indeholder konkrete odds-forslag, analyser og betting-tips direkte knyttet til kampen samt klikbare links, der leder læseren direkte til bookmakere. Den tidsmæssige sammenhæng, indholdets struktur og de indlejrede call-to-action-links såsom "Odds →", "Grupper/puljer →", "Kampprogram →" og "Live stream →" understreger, at artiklen ikke tjener et uafhængigt redaktionelt formål, men er designet til at understøtte og fremme betting-aktivitet i direkte tilknytning til den konkrete sportsbegivenhed.

40 Også de fremlagte eksempler i bilag 2a (E:229 - 259) dokumenterer entydigt, at artikler, som Better Collective betegner som redaktionelle – herunder sportsreferater og optakter til landskampe – konsekvent indeholder odds-forslag og klikbare affiliate-links til navngivne bettingudbydere som Betinia og Bet365. Det samme mønster gør sig gældende på Better Collectives nyere temasider samt i nyere artikler, jf. bilag 2a, s. 24-26 og s. 30-31 (E:252 - 254 og 258 - 259). I umiddelbar forlængelse af sportsindholdet ses et omfattende bookmakerafsnit med rangordnede bettingudbydere, bonusoplysninger og direkte affiliate-links. Artiklerne fungerer dermed ikke som uafhængig formidling, men som direkte markedsføring for de spiludbydere, som SpilXperten samarbejder med. Indholdet i artiklerne er direkte knyttet til de reklamelinks, der præsenteres, hvilket adskiller sig fra redaktionelle medier, hvor der ganske vist kan forekomme affiliatelinks, men hvor disse er underordnet det journalistiske formål og som udgangspunkt ikke relaterer sig direkte til artiklens indhold. Det forhold, at

samtlige artikler på SpilXpertens hjemmeside er knyttet op på betting, jf. bilag 2a og bilag 8, afspejler i øvrigt den manglende selvstændige nyhedsværdi i indholdet: Artiklerne eksisterer ikke for at informere læseren uafhængigt, men for at skabe en kontekst, hvori bettingprodukter kan markedsføres.

41 På den baggrund må artiklerne anses for klart at have kommerciel karakter.

5.1.3 Manglende adskillelse mellem kommercielt og øvrigt indhold

42 Sagsøgerne gør desuden gældende, at der i modsætning til det af sagsøgte anførte ikke er en tydelig adskillelse mellem platformens kommercielle indhold og det indhold, sagsøgte betegner som redaktionelt.

43 Bilag 2a viser entydigt, at indholdet i artiklerne er opbygget i et ensartet layout, hvor kommercielle elementer som odds og links præsenteres i samme skrifttype og tekstfelter som brødteksten. Den eneste markering er en lille og diskret angivelse af "Reklamelink" placeret over affiliate-linket. Det kommercielle budskab og sportsomtalen flyder derved sammen uden klar visuel eller strukturel adskillelse. På Better Collectives nyere temasider samt i nyere artikler, jf. bilag 2a, s. 24-26 og s. 30-31 (E:252 - 254 og 258 - 259), ses i øvrigt ingen reklamemæssig identifikation - heller ikke i form af en diskret angivelse af "Reklamelink".

44 Det er i den forbindelse væsentligt, at sagsøgte i processkrift A, punkt 1.10., oplyser, at man er blevet opmærksom på, at der i enkelte tilfælde ikke var foretaget særskilt markering som reklame, og at dette efter det oplyste skyldtes "*en teknisk fejl*". Når sagsøgte selv erkender manglende markering, bortfalder grundlaget for at hævde en klar og konsekvent adskillelse.

45 Sagsøgte gør endvidere gældende, at en gennemsnitsforbruger uden problemer vil kunne gennemskue adskillelsen. Dette bestrides. I overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens praksis om reklamemarkering i trykte medier er en ikke iøjnefaldende markering med "annonce" utilstrækkelig, og det skal være tydeligt i toppen af en tekst, hvis der er en kommerciel hensigt med indholdet, så læseren er klar over det, når læseren vælger at læse teksten, jf. Forbrugerombudsmandens vejledning i bilag 12 (E:421 - 422). Forbrugerombudsmanden fremhæver endvidere betydningen af, at markeringen står med en tydelig skriftstørrelse og farve. Disse krav til reklamemarkering er utvivlsomt ikke opfyldt af SpilXperten, jf. f.eks. de i bilag 2a viste eksempler.

46 De anførte minimumskrav understøttes af den reklamemarkering, som anvendes af danske medier ved reklame i redaktionelt indhold. Det frem-

går af de i bilag 13 (E:161 - 171) viste eksempler, at reklamemarkering almindeligvis placeres i umiddelbar tilknytning til og i toppen af teksten med en iøjnefaldende farve og størrelse. Derudover anvender de viste eksempler en sprogligt tydelig angivelse af, at selve artiklen eller indholdet er betalt af en annoncør, hvorimod SpilXpertens diskrete brug af angivelsen "Reklamelink" under teksten ikke gør det åbenbart for læseren, at selve indholdet indeholder reklame. Det fremstår derfor klart, at SpilXperten ikke opfylder minimumskravene til reklamemarkering.

47 Dette understøttes også af sagsøgtes bilag O (E:529 - 532), der viser bannere og særskilt annoncering på medier som Gaffa, Bo Bedre, Woman og FDM. Disse reklamer fremstår visuelt og layoutmæssigt klart adskilt fra det redaktionelle stof, f.eks. som bannere øverst på siden, midtplacerede annoncer markeret som "Annonce", eller som sideopdelte visuelle blokke. Disse formater optræder som klassisk annoncering og ikke som en integreret del af artiklens kerneindhold. Det samme gælder bilag P, Q og G, som alene dokumenterer traditionelle bannerannoncer og derfor ikke er sammenlignelige med den integrerede kommercielle omtale i bilag 2a.

48 Sagsøgerne bestrider, at sagsøgernes synspunkt indebærer en generel retstilstand, hvorefter medier, der anvender online annoncering, anses som en del af den branche, der reklameres for, jf. sagsøgtes argumentation i processkrift A, punkt 2.3. Ved traditionel markedsføring er der tale om klart identificerbare bannerreklamer, der fremstår som selvstændige annonceelementer adskilt fra det redaktionelle indhold. Nærværende sag angår derimod integreret og utilstrækkeligt markeret kommercielt indhold, hvor reklamebudskabet indgår som en del af sportsomtalen. Denne sammenblanding – sammenholdt med platformens betydelige økonomiske afhængighed af bettingrelaterede indtægter – indebærer, at der foreligger en grundlæggende anderledes situation end ved traditionel annoncering.

49 Det kan herefter sammenfattes, at der på SpilXpertens hjemmeside ikke er tydelig adskillelse mellem det kommercielle indhold og det indhold, Better Collective betegner som redaktionelt. Sammenblandingen betyder, at indholdet ikke tjener et uafhængigt, journalistisk formål, men fungerer som en kanal til promovering af bettingudbydere.

5.1.4 Opslag og stories har kommerciel karakter

50 Sagsøgerne gør gældende, at også SpilXpertens brug af atleternes personbilleder i opslag og stories er kommerciel, idet billederne fungerer som blikfang og har til formål at lede brugerne videre til SpilXpertens hjemmeside, hvor kerneindholdet er bettingrelateret indhold og eksponering af spiludbydere, jf. den nærmere gennemgang ovenfor i afsnit 5.1.2.

51 Dette understøttes bl.a. af, at ikke kun SpilXpertens hjemmeside, men også SpilXpertens virksomhedsprofiler på Instagram og X linker til "Spil Ansvarlig", "Ludomani.dk" og StopSpillet.dk", som ikke findes på redaktionelle nyhedsmedier, jf. bilag 6 (E:467 - 468).

52 Det kommercielle formål understreges endvidere af, at opslagene ofte lægges ud forud for vigtige kampe, hvilket tydeliggør, at formålet er at skabe opmærksomhed omkring aktuelle sportsbegivenheder, som brugerne kan spille på.

53 Sagsøgtes anbringende om, at opslag og stories udgør et naturligt led i udbredelsen af redaktionelt indhold, bestrides. Indholdets funktion er at drive trafik og konvertering til bettingrelateret aktivitet, jf. afsnit 5.1.2.

54 Der er med andre ord ingen tvivl om, at både SpilXpertens opslag, stories og artikler har et kommercielt formål. Ved at anvende atleternes billeder som blikfang i de pågældende opslag, stories og artikler snylter SpilXperten dermed på atleternes reklamemæssige værdi og goodwill og skaber på uberettiget vis associationer mellem atleterne og spiludbyderne.

5.2 Spilxperten er ikke et nyhedsmedie

55 Better Collective har gjort gældende, at SpilXperten er et nyhedsmedie. Det bestrides, at SpilXperten er et nyhedsmedie, og at SpilXpertens opslag og artikler udgør redaktionel nyhedsformidling af de grunde, som er anført nedenfor.

56 Ved vurderingen af, om en virksomhed eller hjemmeside kan anses for et nyhedsmedie, skal der efter medieansvarsloven lægges vægt på en række objektive kriterier, herunder om denne er anmeldt til Pressenævnet, jf. lovens § 8, stk. 1 (M:13), og om der er udpeget en ansvarshavende redaktør, jf. lovens § 3, stk. 1 (M:12).

57 SpilXperten er hverken anmeldt til Pressenævnet eller forsynet med en ansvarshavende redaktør, jf. bilag 4 (E:375 - 376). Dette er fundamentale kendetegn for et nyhedsmedie, og fraværet af begge understøtter, at SpilXperten ikke kan kvalificeres som et nyhedsmedie. I svarskriftet anfører Better Collective endvidere, at både SpilXperten og Tipsbladet – som begge er ejet af Better Collective – er sportsmedier. Denne påstand undergraves imidlertid af, at det i Pressenævnets register udelukkende er Tipsbladet, der er anmeldt og opfylder de formelle krav (E:377). At SpilXperten ikke har foretaget samme anmeldelse eller udpeget en ansvarshavende redaktør understøtter entydigt, at SpilXperten ikke drives som et nyhedsmedie, men derimod som et kommercielt indholdsunivers uden de redaktionelle forpligtelser, der følger med en mediestatus.

58 Ved vurderingen af, om en virksomhed eller hjemmeside kan kvalificeres som et nyhedsmedie, kan der endvidere hentes fortolkningsbidrag fra mediestøtteloven. Efter lovens § 3 (M:16) er det en betingelse for at modtage redaktionel produktionsstøtte til skrevne, internetbaserede nyhedsmedier, at mediet formidler selvstændigt journalistisk bearbejdet stof. Det fremgår af lovens forarbejder (M:18), at ren gengivelse eller mindre redigering af listestof, debatindlæg og lignende ikke opfylder dette krav. Dette er netop tilfældet for SpilXperten, jf. bilag 2a og 8. SpilX-perten formidler dermed ikke selvstændigt journalistisk bearbejdet stof og kan følgelig heller ikke betragtes som et nyhedsmedie.

59 Det bemærkes endvidere, at SpilXperten ikke opfylder mediestøttelovens øvrige kumulative betingelser for at være berettiget til redaktionel produktionsstøtte, jf. nedenfor.

60 For det første er det en betingelse, at der er tale om et selvstændigt medie, hvorved det er påkrævet, at der er en ansvarshavende redaktør. Som anført ovenfor har SpilXperten ingen kendt ansvarshavende redaktør, hvorfor SpilXperten allerede af denne grund ikke opfylder lovens betingelser.

61 For det andet er det en betingelse, at redaktionen sammen med den – i dette tilfælde fraværende – ansvarshavende redaktør samlet udgør mindst tre årsværk. Kravet kan opfyldes ved flere deltidsansatte, men freelancemedarbejdere medregnes ikke. SpilXpertens skribentstab fremstår imidlertid løs og ustruktureret, og det er derfor nærliggende at antage, at skribenterne arbejder på freelancelignende vilkår. Det må derfor antages, at betingelsen ikke er opfyldt.

62 For det tredje er det en betingelse, at mediet retter sig mod en bred brugergruppe og ikke alene mod specifikke fagmiljøer eller snævre interessefællesskaber. SpilXperten henvender sig overvejende til personer med særlig interesse for sportsbetting og odds, hvilket udgør en klart afgrænset målgruppe. SpilXperten opfylder derfor ikke lovens krav om at være rettet mod en bred kreds af brugere.

63 For det fjerde er det en betingelse, at mindst halvdelen af mediets indhold består af redaktionelt stof inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof. Redaktionelt stof omfatter bl.a. indhold, der ikke udgør annoncer. Vurderingen af skrevne internetbaserede nyhedsmediers indhold foretages med udgangspunkt i en opmåling af mediets wireframe, dvs. internetsidens layoutstruktur. SpilXpertens wireframe er imidlertid domineret af annoncer og lignende elementer, der har til formål at lede brugerne videre til bookmakerne, snarere end at formidle nyheder eller andet redaktionelt indhold, jf. afsnit 5.1.2. Betingelsen er derfor ikke opfyldt.

64 Det bemærkes hertil, at uanset at SpilXperten behandler aktuelle sportsbegivenheder, og dette isoleret set kan udgøre et bredt emneområde, omhandler samtlige artikler sportsbetting. Det er således ikke sporten i sig selv, der formidles, men derimod sportsindhold med fokus på væddemål, odds og spilstrategier. Denne snævre tematiske afgrænsning understreger, at SpilXperten reelt fungerer som et reklameværktøj for bookmakere og ikke som et nyhedsmedie henvendt til en bred brugergruppe, jf. afsnit 5.1.2.

65 Den samlede gennemgang ovenfor viser klart, at SpilXperten ikke opfylder størstedelen af de kumulative betingelser i mediestøtteloven og følgelig ikke udgør et nyhedsmedie.

66 I svarskriftet bygger Better Collective deres synspunkt om, at SpilXperten er et nyhedsmedie, på to forhold: For det første at andre medier omtaler SpilXperten som et medie (bilag A), og for det andet at andre medier henviser til SpilXpertens indhold (bilag B). Det bestrides, at disse forhold medfører, at SpilXperten kan betragtes som et nyhedsmedie.

67 Det bestrides således, at vurderingen af, hvorvidt en virksomhed udgør et nyhedsmedie, kan bero på andre mediers omtale. En sådan tilgang ville indebære, at en virksomheds status som nyhedsmedie afgøres af tredjeparters subjektive opfattelser fremfor en objektiv vurdering af virksomhedens faktiske funktion og indholdsproduktion. Dette er ikke blot metodisk forkert, men fører også til selvmodsigelser: Hvis Better Collectives argumentation skulle følges, må det i givet fald tillægges afgørende vægt, at Tipsbladet selv – i modsætning til at betegne SpilXperten som et nyhedsmedie – betegner SpilXperten som en "bettingpartner" på sin egen hjemmeside, jf. bilag 5 (E:379).

68 Det bestrides desuden, at det forhold, at andre medier måtte have linket til eller henvist til indhold fra SpilXperten, i sig selv kvalificerer SpilXperten som et nyhedsmedie. Det er ikke et kriterium for at blive betragtet som et nyhedsmedie, at andre medier refererer til dets indhold. Medier har frihed til at henvise til enhver form for materiale, uanset om kilden er et etableret nyhedsmedie, en kommerciel platform, en privat blog eller endda sociale medier. Henvisningerne fremlagt i bilag A dokumenterer blot, at indholdet fra SpilXperten er blevet anvendt som reference, men ikke at SpilXperten er et nyhedsmedie, eller at indholdet på SpilXpertens hjemmeside er produceret under de redaktionelle standarder, der kendetegner et nyhedsmedie – såsom uafhængig research, kildekritik og et publicistisk sigte. Det afgørende er indholdets formål og produktionsrammer – ikke hvor ofte eller af hvem, det citeres.

69 Endvidere bestrides det, at SpilXpertens anvendelse af skribenter kan kvalificere indholdet af artiklerne som redaktionelt, når virksomheden samtidig selv ejer, kontrollerer og styrer alt indhold uden en uafhængig redaktionsledelse. En sådan struktur kan ikke anses for at udgøre en egentlig redaktion i medieansvarslovens forstand. Tværtimod må det lægges til grund, at en redaktionel virksomhed forudsætter et reelt armslængdeprincip, hvor indholdet produceres under uafhængige redaktionelle hensyn og ikke udelukkende underlagt virksomhedens kommercielle interesser. SpilXpertens driftsmodel opfylder åbenlyst ikke disse grundlæggende krav, og indholdet kan derfor ikke tildeles status som redaktionelt. I forlængelse heraf bemærkes det, at ud af SpilXpertens i alt 14 faste skribenter synes kun to at have en journalistisk baggrund. Det kan således ikke være den journalistiske virke, som er afgørende for skribenternes produktion af artikler.

70 Better Collective anfører i duplikkens punkt 2.1, at sagsøgerne giver udtryk for en forkert anvendelse af bestemmelserne i medieansvarsloven og mediestøtteloven ved vurderingen af, om SpilXperten kan betragtes som et nyhedsmedie. Når sagsøgerne henviser til kriterierne i henholdsvis medieansvarsloven og mediestøtteloven, er det ikke et udtryk for, at sagsøgerne mener, at kriterierne heri skal være opfyldt for at SpilXperten skal kunne betegnes som et medie. Derimod fremhæves kriterierne som relevante pejlemærker for, hvornår en platform udviser de karakteristika, der kendetegner et redaktionelt medie. Når SpilXperten ikke opfylder størstedelen af betingelserne i medieansvarsloven og mediestøtteloven, er det derfor et væsentligt indicium for, at SpilXperten ikke er et redaktionelt medie.

71 Det forhold, at SpilXperten ikke er et medie - og heller ikke selv betegner sig som et medie - understøttes af, at Better Collective i perioden mellem december 2023 og marts 2024 ændrede sin beskrivelse af SpilXperten på SpilXpertens informationsfane "Om SpilXperten" fra at være en onlineportal med fokus på spilforslag til en online medieportal, jf. bilag 9 (E:145 - 148).

72 Som vist i bilag 9 beskrev SpilXperten sig den 24. december 2023 som en "online portal" med det "*primære formål […] at levere information om og inspiration til sportsvæddemål […*]" (E:145). Det næste tilgængelige skærm-billede af informationsfanen stammer fra marts 2024, dvs. fra et tidspunkt, hvor SpilXperten var bekendt med sagsøgernes indsigelser vedrørende SpilXpertens brug af billeder mv. Bilag 9 viser, at teksten i marts 2024 er ændret til, at SpilXperten er en "*online medie portal*" med "*redaktionelle sportsnyheder*" og skribenter med journalistisk baggrund uden, at hjemmesidens indhold har ændret sig. Samtidig har Better Collective bl.a. fjer-

net beskrivelsen om, at "*omdrejningspunktet på vores hjemmeside er spilforslag*" til "*vores site tilbyder spiltips […]*" (E:146)

73 Ændringen af beskrivelsen i forlængelse af sagsøgernes indsigelser dokumenterer entydigt, at sagsøgte selv betragter SpilXperten som en portal med spilforslag som sit kerneindhold. Den efterfølgende tilføjelse af betegnelsen "medieportal" må betragtes som et taktisk forsvarsgreb, der udelukkende har til formål at tilsløre platformens faktiske karakter som en kommerciel affiliate-aktør i bettingindustrien.

74 Det må endvidere afvises, at det forhold, at SpilXperten udbyder podcasts som f.eks. "Guldnålen", skulle tale for, at indholdet kan anses for redaktionelt. "Guldnålen" omhandler managerspil, og indholdet henvender sig primært til spilentusiaster med fokus på betting og underholdning – ikke med et bredt nyhedsformidlende formål. Det underbygger, at brugerne anvender SpilXperten for at få spilrelaterede råd og tips frem for journalistisk formidling af aktuelle nyheder. Better Collectives argumentation i duplikkens punkt 3.1 om, at SpilXperten også udgiver ikke-bettingrelateret indhold, jf. bilag M, er også uden retlig betydning, da mængden og karakteren af det øvrige indhold ikke ændrer platformens primære kommercielle formål, jf. afsnit 5.1.1 og 5.1.2.

75 Sagsøgte henviser i processkrift A, punkt 2.13. til, at den gennemsnitlige besøgstid på SpilXperten.dk og Tipsbla-det.dk i 2025 skulle være næsten identisk, og at dette skulle være "et tungtvejende indicium" for, at SpilXperten har samme redaktionelle karakter som Tipsbladet.dk. Oplysninger om gennemsnitlig besøgstid dokumenterer ikke redaktionel status eller fravær af markedsføringsmæssigt formål. En længere opholdstid kan lige så vel skyldes gennemgang af oddsoversigter, bonusinformation, bookmakerlister og kampdata. Besøgstid er således ikke egnet til at bære den retlige kvalifikation, som Better Collective gør gældende, og bilag S kan derfor ikke tillægges betydning.

76 Det gøres samlet gældende, at SpilXperten ikke er et redaktionelt medie, men en kommerciel onlineplatform med væddemål som sit omdrejningspunkt. Det fastholdes derfor, at brugen af atleternes personbilleder samt landsholds-trøjen er sket i markedsføringsmæssig sammenhæng, hvilket giver grundlag for krav på vederlag, godtgørelse og erstatning, jf. afsnit 5.4.

5.3 Brug af atleter i spilfremmende sammenhænge er særlig følsom

77 Med den politiske aftale "Spilpakke 1: Et mere ansvarligt spilmarked" fra oktober 2025 (bilag 17) (E:391 - 407) har regeringen og et bredt folketingsflertal reageret på den markante stigning i pengespilsproblemer i Dan-

mark. Ifølge aftalen havde næsten 500.000 voksne danskere i 2021 en eller anden grad af pengespilsproblemer – en fordobling siden 2016 – og knap 30.000 personer havde alvorlige problemer (aftalens s. 1, E:391).

78 Den politiske aftale beskriver eksplicit et ønske om at begrænse anvendelsen af "autoriteter" i spilmarkedsføring og nævner sportsudøvere som eksempel. Aftalen dokumenterer på den baggrund en politisk enighed om bl.a. at indføre et specifikt forbud mod brugen af autoriteter, herunder både tidligere og nuværende professionelle sportsudøvere, i markedsføring af spil. Forbuddet hviler på en erkendelse af, at sportprofilers blåstempling af spil kan virke tillokkende (aftalens s. 7-8, E:398). Better Collectives brug af kendte atleter i indhold, der fremmer bettingaktivitet, udgør derfor ikke blot en klar rettighedskrænkelse, men underminerer også lovgivers mål om at komme penges-pilsproblemer til livs.

79 Det lovforslag, der bygger på Spilpakke 1, er fremsat som L 127, Forslag til lov om ændring af lov om spil, selskabsskatteloven og lov om afgifter af spil den 25. februar 2026 (M:21 - 36). Forbuddet foreslås indført i spillelovens § 36, stk. 1, nr. 7, således, at "markedsføring af spil (…) ikke må ske ved brug af autoriteter", jf. lovforslagets s. 66 (M:36). Lovforslaget bekræfter, at både tidligere og professionelle sportsudøvere må anses som autoriteter, jf. lovforslagets s. 29-30 (M:29 - 30).

80 Aftalen omtaler desuden affiliates som en del af det reguleringsmæssige problemfelt. Det anføres konkret, at affiliate-markedsføring anses som særligt problematisk, idet det tilskynder "*til øget og mere risikofyldt spil for egen vindings skyld*" (aftalens s. 13, E:403). I lovforslag L 127 foreslås forbuddet indført i spillelovens § 36, stk. 3, på følgende vis: "*Benyttes en tredjepart til at markedsføre spil, må afregningen til denne ikke være baseret på spillerens omsætning, herunder gevinst eller tab*," jf. lovforslagets s. 66 (M:36). Dette understøtter yderligere, at netop SpilX-perten – hvis omsætning i væsentligt omfang (ca. 70 %) udgøres af indtægter fra affiliate-markedsføring for bettingvirksomheder, jf. duplikkens punkt 6.1 – ikke kan anses som en neutral formidler, men må anses for et kommercielt motiveret led i markedsføringen.

5.4 Godtgørelse og erstatning

81 Konsekvensen af den uberettigede brug af atleternes personbilleder er, at atleterne er berettiget til vederlag, erstatning og godtgørelse svarende til sædvanlig betaling for brug, jf. markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. § 3, stk. 1, og almindelige retsgrundsætninger. Ligeledes er Dansk Håndbold berettiget til vederlag, erstatning og godtgørelse efter markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. §§ 3 og 22, stk. 1, for den uberettigede brug af håndboldlandsholdets trøje og logo.

82 For så vidt angår holdbillederne på side 13 og 30-31 i bilag 2a (E:241, 258 - 259) bemærkes, at betalinger fra sagsøgte som følge af den krænkende brug tilfalder de respektive spillerpuljer, hvorefter midlerne fordeles til de spillere, der i det pågældende år er berettiget til honorar fra puljen. Derfor er modtagerne i påstand 24-25 angivet som henholdsvis Spillerpuljen for Herrelandsholdet i Håndbold og Spillerpuljen i Kvinde- og Herrelandsholdstruppen i Håndbold.

83 Ved fastlæggelsen af kravets størrelse skal der lægges vægt på forskellige momenter, herunder den høje grad af eksponering og den skadevirkning, som misbrug af atleternes personbilleder samt landsholdets trøje og logo kan have for nuværende og potentielle samarbejder.

84 Ved vurderingen må der først og fremmest lægges vægt på, at der er sket en omfattende eksponering af atleternes personbilleder. Atleternes personbilleder er blevet eksponeret online på både Instagram, X og SpilXpertens hjemmeside, hvorved de er nået ud til et stort antal af brugere. Eksponeringens vidtgående omfang skal bl.a. ses i lyset af, at størstedelen af SpilXpertens opslag på Instagram samt artiklerne på deres hjemmeside stadig er tilgængelige på de respektive platforme, hvorfor krænkelserne fortsat den dag i dag finder sted.

85 Der må endvidere lægges vægt på, at SpilXperten ved at benytte både opslag på sociale medier samt artikler på hjemmesiden www.spilxperten.com når ud til forskellige målgrupper og herved et større og bredere publikum. Det gør ingen forskel, at SpilXperten anvender Instagram-stories, der kun er synlige i et døgn, idet disse stories indeholder links til de permanente Instagram-opslag og til artikler på SpilXpertens hjemmeside, som atter linker videre til spilprodukter, som brugerne kan købe.

86 For det andet skal der lægges vægt på, at den uberettigede brug af atleternes personbilleder kan skade atleternes muligheder for at indgå samarbejdsaftaler med betalende virksomheder. Der bør i dag ikke være nogen tvivl om, at sociale medier er en vigtig – måske endda den vigtigste – reklameplatform for en virksomhed. Virksomheder har derfor en stor interesse i at bruge atleternes billeder som blikfang i deres opslag på sociale medier og derigennem skabe opmærksomhed omkring deres produkter og brand. Under sædvanlige markedsvilkår kan en atlet altså tjene mange penge på at give virksomheder tilladelse til at bruge atletens personbillede.

87 For det tredje skal der lægges vægt på, at den uberettigede brug kan være skadelig for atleternes image. Ved fastlæggelsen af det samlede vederlagskrav skal der indgå godtgørelse for det imagetab, som atleterne har lidt ved uretmæssigt at blive gjort til reklamesøjle for bettingfirmaet, jf.

U.1983.630 Ø (M:63 - 65). SpilXpertens uberettigede brug af atleternes personbilleder vildleder om atleternes relation til virksomheden og virksomhedens spilprodukter. Alle atleterne har et brand, som de har brugt mange år på at opbygge, og atleterne skal derfor have mulighed for suverænt at kontrollere, hvem de vil indgå samarbejde med. Det udgør en skærpende omstændighed, at der i denne sag er tale om kendte atleter, hvorfor beskyttelseshensynet er særligt stort.

88 Det udgør samtidig en særligt skærpende omstændighed, at SpilXperten associeres med spiludbydere og spilvirksomhed, som for nogles vedkommende skaber negative associationer til problemer som ludomani og afhængighed, og det skal derfor være valgfrit for atleterne, om de ønsker at blive associeret med dette. Af Ungespilpanelets anbefalinger, som blev offentliggjort i februar 2024, fremgår det, at det er problematisk for unge med spilafhængig-hed, når kendte personer optræder i reklamer for spilvirksomheder. Dette understøttes også af lovforslaget til spilleloven, som følger af Spilpakke 1, jf. afsnit 5.3. I lyset af dette er det særligt vigtigt, at atleterne kun associeres med spilvirksomhed, hvis de selv ønsker det. Denne uønskede og direkte kobling til betting forstærker derfor krænkelsens karakter væsentligt, og dette bør der lægges vægt på ved udmålingen af vederlag.

89 Det udgør endvidere en skærpende omstændighed, at der er tale om en forsætlig overtrædelse af markedsføringsloven og personlighedsretten, idet Spillerforeningen Håndbold flere gange har rettet henvendelse (henholdsvis den 14. januar 2022, den 18. december 2023, den 26. januar 2025 og den 5. marts 2025) til Better Collective vedrørende SpilXpertens uberettigede brug af atleternes personbilleder samt den uberettigede eksponering/brug af landsholds-trøjen.

90 Retspraksis har allerede fastlagt et de facto minimumsbeløb i en sammenlignelig sag. I U.2024.4856 Ø (Bet365-sagen) (M:57 - 61) fastslog Østre Landsret, at 23 atleter – uanset forskelle i atletisk niveau, kendthedsfaktor, gen-kendelsesværdi og deres placering på det anvendte billedmateriale – skulle tilkendes et ensartet vederlag på 50.000 kr. pr. billede, som de optrådte på. En sådan opgørelsesmetode, hvor alle atleter tilkendes et ensartet beløb, er ikke blot proces- og ressourcebesparende, men bygger også på den klare præmis, at selv den lavest betalte af sagsøgerne ville have været berettiget til et minimumsvederlag på 50.000 kr. pr. billede, såfremt en virksomhed havde indgået en lovlig aftale om brugen.

91 Sagsøgtes anbringende om, at Bet365-sagen alene angår bettingudbydere, beror på en urigtig læsning af landsrettens præmisser. Landsretten tillagde det ingen betydning, hvordan Bet365 teknisk formidlede væddemål. Det afgørende var, at opslagene havde et rent markedsføringsmæs-

sigt formål. SpilXpertens indhold deler de samme relevante karakteristika som Bet365, idet billederne anvendes som blikfang i en kommerciel sammenhæng, og formålet med billederne er at fremme bettingaktivitet, jf. gennemgangen ovenfor i afsnit 5.1.

92 Sagsøgerne har derfor på baggrund af dommen opgjort kravet efter et standardiseret princip, hvorefter der tilkendes et ensartet minimumsvederlag på 50.000 kr. pr. atlet pr. billede.

93 Ved en fornyet gennemgang af SpilXpertens hjemmeside er der imidlertid konstateret yderligere krænkelser af sagsøgernes rettigheder i forbindelse med VM i håndbold 2025 og EM i håndbold 2026, jf. påstand 7, 16 og 22-25. Det indebærer, at holdbilledet på side 13 i bilag 2 og 2a (E:217 og 241), som i stævningen dannede grundlag for et krav på 50.000 kr. pr. atlet, er ændret til ét samlet krav på 50.000 kr. til Spillerpuljen for Herrelandsholdet i Håndbold, jf. påstand 24. Tilsvarende er holdbillederne på side 30-31 bilag 2a (E:258 - 259) opgjort som et krav på hhv. 50.000 kr. til Spillerpuljen i Kvinde- og Herrelandsholdstruppen i Håndbold og 50.000 kr. til Spillerpuljen for Herrelandshol-det i Håndbold. Ændringerne er foretaget, uanset at det efter sagsøgernes opfattelse følger af gældende ret, at der i sådanne tilfælde som udgangspunkt kan kræves 50.000 kr. pr. atlet. Fremgangsmåden er imidlertid valgt for at skære sagen til og kan ikke – som forsøgt af sagsøgte – udnyttes til at konstruere en tilslutning til sagsøgtes synspunkter om takseringen af billeder i svarskriftets punkt 2.3 og duplikkens punkt 5.5.

94 Når man sammenligner med de høje beløb, som influencere i dag kan modtage for kommerciel eksponering, understreger det, at et vederlag på 50.000 kr. pr. atlet pr. billede er beskedent. Til støtte herfor fremlægges bilag 14 (E:131 - 136), der illustrerer, at større influencere for et enkelt opslag tilbage i 2021 kunne tjene 100.000 kr., samt bilag 15 (E:137 - 144), der tilsvarende illustrerer, at en influencer med 70.000 følgere kunne tjene ca. 100.000 kr. for en markedsføringskampagne i 2023. Derfor må det lægges til grund, at prisen for udnyttelse af billeder af elite-håndboldspillere ikke bør ligge under 50.000 kr. pr. atlet pr. billede.

95 Det bør også i den forbindelse indgå i vurderingen af kravets størrelse, at Better Collectives brug af atleternes personbilleder ikke er sket på et tilfældigt tidspunkt, men at brugen falder sammen med de store internationale slutrunder i håndbold – for kvinderne i november/december 2024 og 2025 og for mændene i januar/februar 2025 og 2026 – hvor den offentlige opmærksomhed på de pågældende atleter er på sit højeste, jf. datoerne i bilag 1 og bilag 2a (E:261 - 287 og 229 - 259). I disse perioder er atleterne genstand for massiv mediedækning og national interesse, og deres reklamemæssige værdi stiger tilsvarende markant. En elitehåndboldspiller un-

der en slutrunde er langt mere kendt for den almene danske forbruger end en influencer med et større følgertal på sociale medier. Atleternes genkendelighed, troværdighed og den følelsesmæssige tilknytning, som følger af at repræsentere Danmark på højeste internationale niveau, gør dem til langt mere værdifulde blikfang. Tilsvarende er opslagene med Anders Antonsen og Viktor Axelsen offentliggjort i januar 2025, mens begge spillere var aktivt engageret i Malaysia Open – en af badmintonens mest prestigefyldte turneringer – og dermed var genstand for øget medie-dækning og opmærksomhed fra danske sportsfølgere. Den tidsmæssige placering af krænkelserne understreger derfor, at et vederlag på 50.000 kr. pr. atlet pr. billede er et absolut minimum.

96 For så vidt angår Dansk Håndbold, gøres det gældende, at et krav på 50.000 kr. pr. billede udgør et rimeligt og passende vederlag. Better Collective har forsætligt udnyttet Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder til landsholdets trøje og logo, og det krævede vederlag afspejler både landsholdstrøjens betydelige kommercielle værdi, krænkelsens alvorlige karakter samt det præventive formål, der tilstræbes. Et lavere vederlag vil efter sagsøgernes opfattelse hverken yde tilstrækkelig kompensation for den retsstridige udnyttelse eller have den nødvendige afskrækkende effekt over for tilsvarende fremtidige krænkelser.

…"

BETTER COLLECTIVE A/S har i det væsentlige procederet i overensstemmelse med påstandsdokumentet:

"…

2. Indledende bemærkninger

Retten skal i denne sag tage stilling til Better Collectives gengivelse af billeder med Sagsøgerne og Dansk Håndbolds trøje og logo for det danske herrelandshold i håndbold på platforme tilhørende mediet SpilXperten, i artikler og andet indhold vedrørende sport. Sagens kerne er SpilXpertens status som et medie, samt at den omhandlede brug af billederne er sket som led i mediets redaktionelle nyhedsformidling, og ikke som led i kommerciel markedsføring for SpilXpertens annoncører.

3. Anbringender

3.1. SpilXperten publicerer redaktionelt indhold og må betragtes som et medie, hvorfor anvendelsen af billeder af sagsøgerne og sagsøgernes vare-

mærker/kendetegn som led i mediets redaktionelle indhold falder derfor uden for markedsføringslovens anvendelsesområde

3.1.1. Better Collective gør gældende, at SpilXperten er et nyhedsmedie med aktuel nyhedsformidling. Den rette klassifikation af et medie som sådan beror på de faktiske aktiviteter. I den forbindelse er det afgørende, at SpilXperten dagligt publicerer en række artikler og andre redaktionelle formater om aktuelle sportsnyheder- og begivenheder, der henvender sig til et bredt publikum med interesse for sport og betting. Samtidig er det afgørende, at der ikke er mulighed for at spille eller placere væddemål via SpilXpertens platforme. SpilXperten udbyder ikke spil og væddemål, er hverken helt eller delvist er ejet af bettingvirksomheder, og ejer heller ikke bettingvirksomheder.

Status som et medie kan ikke betinges af, om mediet har udpeget en ansvarshavende redaktør, anmeldt sig til Pressenævnet, eller af andre grunde er omfattet af medieansvarsloven.

Der foreligger ingen juridisk definition af mediebegrebet. For så vidt angår medieansvarsloven, følger dette allerede af § 1, hvor lovens anvendelsesområde slås fast, nemlig at "*Loven gælder for følgende massemedier*:". Med udgangspunkt i ordlyden kan det modsætningsvist sluttes, at det er forudsat, at der findes andre medier end de, der er omfattet af lovens anvendelsesområde. Herefter finder loven, når der ses bort fra de medier, som automatisk er omfattet, kun anvendelse i det omfang, et medie frivilligt og aktivt har valgt enten at søge mediestøtte eller tilmelde sig Pressenævnet. I Better Collectives tilfælde repræsenterer det da også netop et frivilligt og aktivt valg, at man ikke har organiseret SpilXperten med en ansvarshavende redaktør og tilmeldt mediet til Pressenævnet.

Ej heller mediestøttelovens kriterier kan anvendes som en betingelse for at opnå status som et medie. Mediestøttelovens kriterier angår derimod muligheden for at opnå mediestøtte. Allerede fordi det er uomtvistet, at SpilXperten aldrig har ansøgt om mediestøtte eller gjort gældende at opfylde betingelserne for at modtage mediestøtte, bestrides det, at mediestøtteloven skal tillægges betydning i vurderingen af SpilXpertens status som medie.

Endelig kan det ikke føre til, at SpilXperten må omklassificeres til hverken bettingvirksomhed eller en integreret del af spillebranchen, at SpilXperten sideløbende med det redaktionelle stof bringer annoncer for tredjepartsannoncører, herunder navnlig spiludbydere. Tværtimod er det et almindeligt vilkår for aktører i nutidens mediebillede,

at drift af en rentabel medieforretning i større eller mindre omfang kræver omsætning genereret ved hjælp af annonceaktivitet.

3.2. Anvendelsen af billeder af sagsøgerne og sagsøgernes varemærker/kendetegn er begrænset til SpilXpertens redaktionelle indhold, og gennemsnitslæseren vil ikke med rimelighed kunne antage, at sagsøgerne eller sagsøgernes varemærker/kendetegn er kommercielt forbundet med og reklamerer for de annoncører, hvis annoncer vises i tilknytning til SpilXpertens redaktionelle indhold.

3.2.1. Better Collective gør samlet gældende, at det i sagen omhandlede indhold, hvor der anvendes billeder af sagsøgerne, samt trøje og logo for det danske håndboldlandshold, udgør redaktionelt indhold bragt af et medie som led i en nyhedsformidling, hvorfor indholdet ikke er omfattet af markedsføringslovens regler. Brugen af billederne kan derfor ikke betragtes som erhvervsmæssig/kommerciel brug i relation til annoncørerne. Idet anvendelsen således ikke kan anses for kommerciel, udgør offentliggørelsen ikke en krænkelse af Sagsøgernes rettigheder.

Det forhold, at Better Collective driver erhvervsmæssig virksomhed, og at SpilXperten som kommercielt medie genererer en omsætning via annoncering, kan ikke føre til andet resultatet, idet samtlige medier i Danmark – bortset fra DR –er kommercielle medier.

Det bør i den forbindelse tillægges afgørende vægt, at SpilXpertens anvendelse af de omhandlede billeder alene er sket i relevant og naturlig sammenhæng med det redaktionelle indhold. Anvendelsen af situationsbilleder i naturlig sammenhæng med det skrevne indhold, dvs. fx billeder af håndboldspillerne, når der er tale om en håndboldnyhed og så fremdeles, kan ikke sidestilles med en rent kommerciel aktørs anvendelse af billeder i kommerciel henseende.

SpilXpertens redaktionelle indhold bestemmes uafhængigt, og er hverken betalt, dikteret eller på anden vis utilbørligt påvirket af mediets annoncører. Derfor kan indholdet ikke med rimelighed sidestilles med tilfælde, hvor indholdet reelt udgør betalt reklame, herunder såkaldte advertorials. Tværtimod skyldes det SpilXpertens redaktionelle profil og fokus, og den deraf følgende målgruppe af læsere, der er interesseret i sport og betting, at netop bettingvirksomheder ønsker at købe annonceplads hos SpilXperten. Det beror med andre ord på SpilXpertens redaktionelle suveræne beslutning, hvilke sportsbegivenheder, der dækkes, ud fra hvilken vinkel, med hvilken timing, samt hvordan indholdet prioriteres på sitet og sociale medier.

Det er korrekt, at Better Collective for at sikre en rentabel drift af mediet, SpilXperten, har kommerciel aktivitet på sitet, navnlig i form af annoncesalg af varierende art, herunder fx bannerreklamer og såkaldte affiliatelinks. Det vil dog udgøre en juridisk fejlslutning, hvis man på denne baggrund karakteriserer alt indhold på SpilXpertens site og sociale medier som kommercielt og dermed omfattet af markedsføringslovens regler.

Det er ganske ukontroversielt, at et medie – eller enhver anden annonceformidler – sælger annonceplads til annoncører, der stemmer overens med den målgruppe, der kan tiltrækkes – hvilket for SpilXpertens læseres vedkommende er sport og betting. Det forhold, at et digitalt medie er annoncefinansieret (herunder via affiliate- og bannerreklameindtægter), kan ikke medføre, at mediets redaktionelle stof som helhed mister sin redaktionelle karakter og skal bedømmes som kommerciel markedsføring. Det må i den forbindelse erindres, at SpilXperten hverken er ejet eller drevet af bettingvirksomheder, hvorfor mediet udøver uafhængig redaktionel selvbestemmelse over sitets indhold.

Finder Retten frem til det modsatte resultat, vil det som følge af mediers afhængighed af annoncesalg få den betydning, at talrige medier vil være forhindret i at anvende billeder i forbindelse med den redaktionelle dækning af fx sportsbegivenheder, og der vil således blive skabt en tilstand, hvor sportsbegivenheder og navnlig vinklen sportsbetting ikke længere kan behandles redaktionelt på lige fod med andre stofområder.

Det kommercielle indhold i form af annoncer, som publiceres på SpilXpertens site og sociale medier, tilrettelægges særskilt, markeres som reklame, og publiceres uden billeder af atleter eller andre uden aftalt sammenhæng med annonceindholdet.

Better Collective bestrider, at SpilXpertens anvendelse af billeder i naturlig sammenhæng med det indhold, der dækkes redaktionelt, kan give læseren det indtryk, at sportsudøverne og rettighedshaverne, som indgår i Better Collectives redaktionelle indhold, står i direkte kommerciel forbindelse med de mange og skiftende annoncører. Tværtimod sikrer den samlede adskillelse af det redaktionelle og kommercielle indhold, herunder bl.a. ved hjælp af reklamemarkering, at sammenhængen er tydelig for den almene læser.

3.3. Det rette erstatningsbeløb må bedømmes efter en konkret og individuel vurdering pr. sagsøger og i forhold til den faktiske brug, sammenhæng og krænkelsen karakter

3.3.1. For det tilfælde, at Retten måtte finde, at SpilXpertens anvendelse af billeder af sagsøgerne samt trøje og logo for det danske håndboldlandshold i redaktionelt stof udgør en erstatningspådragende krænkelse, gøres det gældende, at erstatningsbeløbet skal fastsættes efter en konkret og individuel vurdering pr. sagsøger i forhold til den faktiske brug og sammenhæng af billederne, samt Rettens bedømmelse af den herved påførte krænkelse.

Det skal i erstatningsretlig sammenhæng tillægges afgørende vægt, at SpilXpertens anvendelse af de omhandlede billeder er sket i relevant og naturlig sammenhæng med det redaktionelle indhold. Anvendelsen af situationsbilleder i naturlig sammenhæng med det skrevne indhold, dvs. fx billeder af håndboldspillerne, når der er tale om en håndboldnyhed og så fremdeles, kan ikke sidestilles med en rent kommerciel aktørs anvendelse af billeder i kommerciel henseende.

Derfor bestrides det, at sagsøgerne ved henvisning til den såkaldte bet365-sag (U 2024.4856 Ø) har dokumenteret et generelt minimumsvederlag pr. atlet pr. billede. Det må tillægges afgørende vægt, at sagsøgte i bet365-sagen uomtvisteligt var en bettingvirksomhed, der anvendte billeder af sagsøgerne/sportsudøverne i direkte kommerciel aktivitet, hvor sagsøgerne/sportsudøverne blev direkte forbundet med bettingaktivitet.

Endelig gøres det gældende, at erstatningen per sagsøger samlet skal vurderes i forhold til den yderst begrænsede brug, der er sket, da de nedlagte påstande samlet vil resultere i en åbenbar overkompensation i forhold til den skete krænkelse ved automatisk at multiplicere kompensationsbeløbet fra U 2024.4856 Ø med antal brugte billeder i denne sag.

…"

Rettens begrundelse og resultat

Hovedspørgsmålet i denne sag er, om de billeder af atleter og af håndboldlandsholdets trøjer og logo, som Better Collective har benyttet på SpilXperten.com, Instagram og X, er en krænkelse af atleternes ret til eget billede og Dansk Håndbolds kommercielle rettigheder til landsholdets trøjer og logo.

Det afgørende spørgsmål er, om brugen af billederne på SpilXperten er sket i en redaktionel sammenhæng, som ikke kræver samtykke, eller i en kommerciel sammenhæng, som kræver samtykke.

Når dette spørgsmål skal afgøres, kan man ikke gøre det ved at se overordnet på, hvad det er for en type medie, der er tale om. Sagen kan med andre ord ikke afgøres ved at se på f.eks. om SpilXperten har tilmeldt sig Pressenævnet og er omfattet af medieansvarsloven (hvad SpilXperten ikke har og ikke er), eller om SpilXperten har søgt mediestøtte (hvad SpilXperten ikke har). Man skal se på den konkrete brug i hvert enkelt tilfælde.

Ovenfor i dommen er angivet et eksempel på et opslag fra SpilXperten.com fra den 22. januar 2025. Opslaget, som indeholder billede af to danske atleter, indledes med to sætninger om den forestående kamp mod Schweiz. I tredje sætning skriver SpilXperten, at "Vi bringer her odds, stream, optakt og spilforslag til Danmark – Schweiz". I artiklen der følger, er der mellem teksten indsat odds fra en bestemt spiludbyder, og selve artiklen ender med et afsnit, hvor overskriften indledes med "Odds-forslag", og hvor slutningen af det afsnit ender med en anbefaling fra SpilXperten til en konkret spiludbyder hvor der også findes et affiliate link til den pågældende spiludbyder. Det er kendetegnende for opslagene på SpilXperten, at de leder hen mod odds-forslag, anbefaling om en udbyder og et affiliate link. Det må efter bevisførelsen lægges til grund, at omtrent 70% af omsætningen for SpilXperten udgøres af indtægter fra affiliate-markedsføring, hvor SpilXpertens indtjening beror på antallet af brugere, der opretter sig hos en spiludbyder efter henvisning fra SpilXperten, samt omfanget af den indtjening, som disse henvisninger genererer for spiludbyderen.

De konkrete opslag må endvidere ses i lyset af, at hvert opslag på SpilXperten.com afsluttes med henvisninger til "18+ Spil Ansvarligt", "Center for Ludomani" og "ROFUS", og at SpilXperten selv skriver, at man skal være fyldt 18 år for at kunne bruge SpilXperten.com.

Opslagene skal også ses i lyset af, at SpilXperten i december 2023, før denne sag opstod, blandt andet skrev om sig selv på hjemmesiden, at "Vores primære formål er at levere information om og inspiration til sportsvæddemål i form af spilforslag og artikler", og at "Omdrejningspunktet på vores hjemmeside er spilforslag fra vores kompetente samling af eksperter". Ligesom Tipsbladet, der også ejes af Better Collective, på deres hjemmeside omtaler SpilXperten som Tipsbladets bettingpartner.

Efter en konkret bedømmelse af de omfattede opslag på SpilXperten.com, der alle har samme karakteristika som eksemplet gennemgået ovenfor, er det på den anførte baggrund rettens vurdering, at den tekst, der findes i opslagene, er så integreret med anbefalingerne om spil og markedsføringen heraf gennem affiliate markedsføring, at indholdet i forhold til reglerne om retten til eget billede skal anses for at have en kommerciel karakter og ikke en redaktionel karakter.

Dette medfører, at SpilXperten ikke har kunnet bruge billederne af atleterne, landsholdstrøjen og landsholdslogoet uden samtykke fra sagsøgerne. Det gælder også for indholdet på Instagram og X, som har til formål at få brugerne hen på SpilXperten.com.

Da atleternes ret til eget billede er krænket, og da dette må anses for at være sket forsætligt, har atleterne ret til vederlag og erstatning, jf. markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. § 3, stk. 1, og almindelige retsgrundsætninger. Spillerforeningen har på samme grundlag ret til vederlag og erstatning for holdbillederne, og Dansk Håndbold har på grund af den forsætlige, kommercielle udnyttelse af landsholdstrøjerne og logoet ret til vederlag og erstatning markedsføringslovens § 24, stk. 2 og 3, jf. § 22, stk. 1.

Better Collective har ikke bestridt antallet af billeder angivet af sagsøgerne.

Retten finder det tilstrækkeligt godtgjort, at hver af de omhandlede atleter, som ikke har haft mulighed for at tage stilling til udnyttelse af billederne, ville have krævet og fået mindst 50.000 kr. pr. billede for en kommerciel udnyttelse svarende til den skete. Det bemærkes derved, at retten tillige har lagt vægt på karakteren og det væsentlige omfang af krænkelserne, som er sket forsætligt. Med samme begrundelse tager retten tillige kravene fra de øvrige sagsøgere til følge. Alt med renter som påstået.

Sagsomkostningerne er efter sagens værdi, forløb og udfald fastsat til dækning af advokatudgift med 350.00 kr. og retsafgift med 161.500 kr. Samlet 511.500 kr. Det bemærkes, at sagsøgerne er momsregistrerede, hvorfor der ikke er tillagt moms til advokatudgifterne, og at sagen ikke er omfattet af retshåndhævelsesdirektivet.

THI KENDES FOR RET:

Better Collective A/S skal betale DKK 900.000 til Mathias Gidsel med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 550.000 til Emil Nielsen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 300.000 til Magnus Saugstrup med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 200.000 til Simon Pytlick med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 250.000 til Anne Mette Hansen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 200.000 til Anna Kristensen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 300.000 til Helena Elver, heraf DKK 200.000 med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025 samt DKK 100.000 med tillæg af procesrente fra den 9. januar 2026.

Better Collective A/S skal betale DKK 100.000 til Emil Bergholt med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Emil Jakobsen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Rasmus Lauge med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 100.000 til Andrea Aagot Hansen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective skal betale DKK 100.000 til Helena Kindberg Hansen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 100.000 til Michala Elsberg Møller med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 100.000 til Sarah Iversen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Frederik Ladefoged Blazejewicz med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 100.000 til Emma Friis, heraf DKK 50.000 med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025 samt DKK 50.000 med tillæg af procesrente fra den 9. januar 2026.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Line Haugsted med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Mette Tranborg med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Trine Østergaard med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 150.000 til Anders Antonsen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Viktor Axelsen med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025.

Better Collective A/S skal betale DKK 2.600.000 til Dansk Håndbold, heraf DKK 2.300.000 med tillæg af procesrente fra den 5. maj 2025 samt DKK 300.000 med tillæg af procesrente fra den 9. januar 2026.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Elma Halilcevic med tillæg af procesrente fra den 9. januar 2026.

Better Collective A/S skal betale DKK 100.000 til Spillerpuljen for Herrelandsholdet i Håndbold med tillæg af procesrente fra den 9. januar 2026.

Better Collective A/S skal betale DKK 50.000 til Spillerpuljen i Kvinde- og Herrelandsholdstruppen i Håndbold med tillæg af procesrente fra den 9. januar 2026.

Better Collective A/S skal i sagsomkostninger til Spillerforeningen Håndbold som mandatar samt til Anders Antonsen, Viktor Axelsen og Dansk Håndbold betale samlet 511.500 kr.

Beløbene skal betales inden 14 dage.

Sagsomkostningerne forrentes efter rentelovens § 8 a.

Vejledning om anke af Sø- og Handelsrettens dom

Du kan som udgangspunkt anke (klage over) afgørelsen til landsretten.

Du kan i særlige tilfælde anke direkte til Højesteret.

Fristen for anke er **4 uger**, fra Sø- og Handelsretten afsagde dom.

Du kan kun anke bestemmelser om sagsomkostninger særskilt med tilladelse fra Procesbevillingsnævnet. Du skal i givet fald indlevere din ansøgning til Procesbevillingsnævnet. Dette kan ikke ske via minretssag.dk. Fristen for ansøgning om anketilladelse er **4 uger**.

Du kan læse mere om anke og anketilladelse i retsplejelovens §§ 368 – 373.

Reglerne er også kort beskrevet på Sø- og Handelsrettens hjemmeside under "Sagsbehandling og vejledninger", underrubrik "Anke og kære ".

Praktiske oplysninger

Du kan oprette en anke direkte på sagen på minretssag.dk ved at trykke på "Opret appel" og derefter vælge "Anke" og følge vejledningen.