



FJÖLMIÐLANEFND

20. mars 2025

Ákvörðun nr. 1/2025

Viðskiptaboð fyrir áfengi á Vísir.is

I. Málsvik

Fjölmiðlanefnd barst kvörtun þann 10. júní 2024 frá Guðlaugu B. Guðjónsdóttur vegna viðskiptaboða á netmiðlinum Vísir.is (Vísir). Í kvörtuninni kom fram að fyrr sama dag hafi birst á miðlinum auglýsing frá Víking Brugghúsi fyrir Víking. Að mati kvartanda væri um áfengisauglýsingu að ræða en ekki hafi komið fram í texta eða með öðrum hætti að um óáfengan bjór eða léttöl væri að ræða. Þegar smellt væri á auglýsinguna hafi Facebook-síða Víking Brugghús opnast og hlekkurinn vísað á færslu dagsetta 27. maí 2024 þar sem Víking Gylltur var auglýstur í samhengi við Landsmót Hestamanna.

Með kvörtuninni fylgdu tvö skjáskot af auglýsingunni eins og hún birtist á vef Vísis. Á fyrra skjáskotinu mátti sjá fullt glas með gylltum vökva merkt Víking og vörumerki Víking Brugghús. Á því seinna mátti sjá heitið „Víking“ ásamt slagorðinu „Yðar skál“ á svörtum grunni. Var vörumerki Víking Brugghús efst fyrir miðju. Við bæði skjáskot birtist orðið „Auglýsing“ efst í hægra horni. Ekki var að sjá af skjáskotunum að fram kæmi í auglýsingunni að um léttöl eða óáfengan bjór væri að ræða.

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Með tölvupósti dags. 11. júní 2024 óskaði Fjölmiðlanefnd eftir sjónarmiðum frá Sýn hf. (Sýn) vegna ætlaðra viðskiptaboða fyrir áfengi á Vísi. Í erindinu var gerð grein fyrir efni þeirrar kvörtunar sem barst nefndinni og fylgdu skjáskot frá kvartanda með erindinu. Óskaði



FJÖLMIÐLANEFND

Fjölmiðlanefnd eftir sjónarmiðum Sýnar vegna ætlaðra viðskiptaboða fyrir áfengi og brots gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 (lög um fjölmiðla). Var þess óskað að svör Sýnar myndu berast eigi síðar en 25. júní 2024.

2.

Svarerindi Sýnar barst 18. júní 2024. Í því kom fram að um væri að ræða „ímyndarauglýsingar fyrir vörumerkið Víking“ sem bæði seldi áfengan og óáfengan bjór. Auglýsingarnar hafi birst í flestum fjölmiðlum í nokkurn tíma. Að mati Sýnar ætti rannsókn Fjölmiðlanefndar því að snúa að öllum fjölmiðlaveitum sem birt hefðu auglýsingarnar, sbr. rannsóknarreglu og jafnræðisreglu stjórnsýslulaga. Ekki kom fram af hálfu Sýnar hvaða fjölmiðlaveitur eða fjölmiðla átt væri við. Benti Sýn á að auglýsingarnar bæru með sér að verið væri að auglýsa léttöl en það væri vissulega gert með „ógreinilegum hætti neðst til hægri á flestum þeirra“. Sýn hafi því ákveðið að taka umræddar auglýsingar tímabundið úr birtingu og óska eftir því að þær verði auðkenndar með greinilegri hætti. Að lokum kom fram í erindi Sýnar að ekki væri hjá því komist að minna Fjölmiðlanefnd á það meginhlutverk sitt að stuðla að fjölraði og fjölbreytni í fjölmiðlun, sbr. 1. gr. laga um fjölmiðla. Áhersla nefndarinnar á að taka til meðferðar „viðstöðulaust“ kvartanir af þeim toga sem ætti við í þessu máli ynni gegn framangreindu markmiði laga um fjölmiðla. Áfengisauglýsingar flæddu yfir markaðinn í gegnum samfélagsmiðla og erlendar efnisveitur án nokkurra athugasemda eða aðgerða stjórnvalda.

3.

Svör Sýnar voru lögð fyrir Fjölmiðlanefnd á fundi hennar dags. 8. ágúst 2024. Var samþykkt að gefa út frummat í málinu vegna ætlaðs brots Sýnar gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar m.a. viðskiptaboð fyrir áfengi og veita fjölmiðlaveitunni færi á að koma frekari sjónarmiðum á framfæri.

Frummat Fjölmiðlanefndar var sent Sýn þann 20. desember 2024. Í því fór nefndin yfir helstu málsatvik og lagasjónarmið sem máli skiptu við mat á því hvort Sýn hefði brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi. Kom fram það frummat Fjölmiðlanefndar að viðskiptaboð frá Víking Brugghúsi fyrir Víking, sem birtust á Vísi þann 10. júní 2024, teldust til viðskiptaboða fyrir áfengi og að með miðlun þeirra á Vísi hafi Sýn, sem fjölmiðlaveita vefmiðilsins, brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar m.a.



FJÖLMIÐLANEFND

viðskiptaboð fyrir áfengi. Fram kom að með frummatinu vildi Fjölmiðlanefnd veita Sýn færi á því að koma á framfæri frekari sjónarmiðum sem kynnu að skipta máli við mat á því hvort brotið hefði verið gegn fyrrgreindu ákvæði. Bent var á í frummatinu að niðurstaða Fjölmiðlanefndar fæli ekki í sér endanlega afstöðu hennar. Þær ályktanir sem settar væru fram kynnu að breytast ef athugasemdir og skýringar Sýnar gæfu tilefni til þess. Var þess óskað að athugasemdir og sjónarmið Sýnar bærust nefndinni eigi síðar en 17. janúar 2025.

4.

Svör Sýnar við frummati Fjölmiðlanefndar bárust frá lögmanni fjölmiðlaveitunnar þann 17. janúar 2025. Í þeim var frummati nefndarinnar mótmælt og fyrri sjónarmið, sem fram komu í svarerindi Sýnar þann 18. júní 2024, árétuð. Jafnframt var því hafnað að um áfengisauklýsingu hafi verið að ræða. Kvörtunin varðaði auklýsingaborða sem keyptur hafi verið í gegnum birtingarhús af Coca-Cola Eur.Partn. Ísland ehf. (CCEP) og hafi annars vegar sýnt vörumerki Víking og hins vegar fullt glas með sama vörumerki. Í hvorugu tilviki væri verið að auklýsa áfenga vöru eða vörutegund. CCEP framleiði léttöl og áfengislausu drykki undir vörumerkinu Víking, þ.m.t. bæði léttöl og áfengislausan Víking. Hafi neysla slíkra drykkja aukist verulega á undanförunum árum. Var vísað til fylgiskjala með svarerindinu því til stuðnings en með erindinu fylgdu skjáskot af tveimur umfjöllunum fjölmiðla um vinsældir óáfengra bjóra.

Að mati Sýnar hafi Fjölmiðlanefnd því ekki rökstutt af hverju auklýsing sú sem birtist á Vísi þann 10. júní 2024 teljist áfengisauklýsing. Ekki væri nægilegt af hálfu nefndarinnar að geta þess að ekki hafi komið fram í auklýsingunni að um óáfenga vörutegund eða léttöl væri að ræða heldur þyrfti nefndin að komast að rökstuddri niðurstöðu um hvers vegna verið væri að auklýsa áfengi þannig að skilyrði um inngríp hins opinbera í atvinnu- og tjáningarfrelsi og um beitingu refsikenndra stjórnsýsluviðurlaga teldust uppfyllt. Að því leyti áskildi Sýn sér rétt til að koma á framfæri frekari andmælum ef slíkur rökstuðningur kæmi fram á síðari stigum málsins.

Í svarerindi Sýnar kom fram að Fjölmiðlanefnd væri óheimilt að líta til 20. gr. áfengislaga nr. 75/1998 (áfengislög) við mat á því hvort um áfengisauklýsingu væri að ræða, enda fjalli það ákvæði um skilyrði refsíabyrgðar. Benti Sýn á í þessu sambandi að ákvæði laga um fjölmiðla um bann við áfengisauklýsingum geymdi ekki sömu bannreglu og 3. mgr. 20. gr. áfengislaga um birtingu firmamerkis áfengisframleiðanda nema aukljóst væri að um óáfenga drykki væri að ræða.



FJÖLMIÐLANEFND

Sýn vísaði í svörum sínum til þess að frummat Fjölmiðlanefndar varðaði auglýsingar frá drykkjarframleiðanda sem hafi keypt þær í gegnum birtingarhús til birtingar á Vísi. Ekki væri um að ræða efni sem lyti almennri ritstjórn Sýnar. Efnið væri ekki á ábyrgð fjölmiðlaveitunnar, heldur kaupanda hljóð- og myndsendingar í viðskiptaskyni, eins og skýrlega væri kveðið á um í lögum um fjölmiðla, sbr. b-lið 1. mgr. 50. gr. og b-lið 1. mgr. 51. gr. laganna. Að mati Sýnar geti því ekki komið til álita að beita refsikennendum stjórnsýsluviðurlögum vegna efnis sem fjölmiðlaveitan ber ekki ábyrgð á samkvæmt lögum. Vísaði Sýn þessu til stuðnings til athugasemda við 1. mgr. 50. gr. og 1. mgr. 51. gr. laga um fjölmiðla í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla. Hafi Sýn gætt að þeim skyldum sem fyrrgreind ákvæði bæru með sér og upplýst Fjölmiðlanefnd um kaupanda viðskiptaboðanna. Ef yfirvöld teldu að áfengislög hafi verið brotin leiði af bæði 50. og 51. gr. laga um fjölmiðla, sbr. 20. og 27. gr. áfengislaga, að kaupandi áfengisauglýsingarinnar bæri refsíábyrgð, ekki Sýn. Bæri Fjölmiðlanefnd við þessar aðstæður að tilkynna lögreglu um ætluð brot til viðeigandi meðferðar.

Að lokum mótmælti Sýn því að á fjölmiðlaveitunni hvíldi jákvæð skylda til að kanna efni auglýsinga með ítarlegum hætti. Slíkt leiddi ekki skýrlega af lögum sem væri nauðsynleg forsenda þess að ætla að takmarka tjáningu með þessum hætti, auk annarra skilyrða, þ. á m. um nauðsyn sem ekki væri fyrir hendi. Komist Fjölmiðlanefnd að þeirri niðurstöðu, þrátt fyrir fyrrgreind sjónarmið Sýnar, að um brot hafi verið að ræða gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla krafðist Sýn þess í samræmi við meðalhófsreglu 12. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993 að fallið yrði frá sektarákvörðun í málinu. Var í því sambandi sérstaklega vísað til þess að auglýsingarnar hafi verið teknar úr birtingu þegar Sýn barst erindi Fjölmiðlanefndar.

5.

Svarerindi Sýnar við frummati Fjölmiðlanefndar var lagt fyrir á fundi nefndarinnar þann 30. janúar 2025. Breyttu svörin ekki því mati nefndarinnar að viðskiptaboð frá Víking Brugghúsi fyrir Víking, sem birtust á Vísi þann 10. júní 2024, teljist til viðskiptaboða fyrir áfengi og þar með brot gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar slík viðskiptaboð. Var því samþykkt að gefa út ákvörðun í málinu.



FJÖLMIÐLANEFND

III. Ábyrgðarreglur laga um fjölmiðla

Við meðferð málsins hjá Fjölmiðlanefnd hefur Sýn borið fyrir sig að fjölmiðlaveitan beri ekki ábyrgð á þeim viðskiptaboðum sem hún birtir á miðlum sínum, heldur séu þau á ábyrgð kaupanda þeirra, sbr. 50. og 51. gr. laga um fjölmiðla. Snýst svarerindi Sýnar þann 17. janúar 2025 við frummati Fjölmiðlanefndar að meginstefnu til um þetta atriði.

Ákvæði 50. og 51. gr. laga um fjölmiðla fjalla um ábyrgð hljóð- og myndefnis annars vegar og ritefnis hins vegar (þ. á m. rafrænt efni). Ákvæðin fela í sér almennar reglur um það hvernig ábyrgð skuli hagað þegar efni „brýtur í bága við lög“ og hafa að þessu leyti verulega sérstöðu m.t.t. annarra ákvæða laga um fjölmiðla. Brjóti efni fjölmiðla t.d. í bága við almenn hegningarlög nr. 19/1940 eða skaðabótalög nr. 50/1993 fer um refsí- og fébótaábyrgðina samkvæmt því sem segir í 50. og 51. gr. laga um fjölmiðla. Gera ákvæðin almennt ráð fyrir ábyrgð einstaklinga í þeim tilvikum.

Ákvæði 54. gr. laga um fjölmiðla tilgreinir að Fjölmiðlanefnd leggi stjórnvaldssektir á *fjölmiðlaveitir*, og eftir atvikum mynddeiliveitir, ef brotið er gegn nánar tilgreindum ákvæðum laga um fjölmiðla. Á meðal þeirra eru ákvæði VI. kafla laganna um viðskiptaboð í fjölmiðlum, sbr. o-lið 1. mgr. 54. gr. laganna, þar með talið ákvæði 4. mgr. 37. gr. þeirra er mælir fyrir um að viðskiptaboð fyrir áfengi séu óheimil. Það er því fjölmiðlaveitan sem sætir stjórnvaldssektunum vegna brota á VI. kafla laga um fjölmiðla. Samkvæmt 1. mgr. 56. gr. laga um fjölmiðla geta brot gegn m.a. ákvæðum VI. kafla laganna jafnframt varðað ábyrgðarmann, starfsmenn fjölmiðlaveitu eða stjórnarmenn sem framkvæma eða láta framkvæma brot fésekt eða refsingu ef sakir eru miklar. Einnig geta brot sem framin eru í starfsemi lögaðila varðað lögaðila fésekt, sbr. 2. mgr. ákvæðisins.

Ákvæði 50. og 51. gr. laga um fjölmiðla ber að skoða í samhengi við önnur ákvæði laga um fjölmiðla, þ. á m. hin sérstöku ákvæði 54. og 56. gr. um stjórnvaldssektir annars vegar og refsingar hins vegar. Ákvæði 50. og 51. gr. laga um fjölmiðla taka í raun ekki til brota gegn ákvæðum laganna sjálfra heldur til þess hver ber ábyrgð þegar efni, sem miðlað er af fjölmiðli í skilningi laganna, brýtur gegn öðrum lögum.¹

Af framangreindu má ljóst vera að fjölmiðlaveitir bera ábyrgð á að viðskiptaboð sem birt eru í fjölmiðlum sem þær starfrækja samræmist reglum VI. kafla laga um fjölmiðla. Ábyrgð samkvæmt lögum um fjölmiðla er öðruvísi farið en þegar auglýsingar brjóta gegn öðrum lögum, þar sem kaupandi viðskiptaboðanna ber almennt ábyrgðina, sbr. b-lið 1. mgr. 50. gr. og b-lið 1. mgr. 51.

¹ Eiríkur Jónsson og Halldóra Þorsteinsdóttir: Fjölmiðlaréttur, bls. 223-224. Sjá einnig umfjöllun í III. kafla ákvörðunar Fjölmiðlanefndar nr. 4/2023.



FJÖLMIÐLANEFND

gr. laga um fjölmiðla. Fjölmiðlanefnd getur því ekki tekið undir sjónarmið Sýnar hvað varðar ábyrgð á efni þeirra viðskiptaboða sem um ræðir í máli þessu.

IV. Niðurstaða Fjölmiðlanefndar

1.

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 47. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að viðskiptaboð séu texti, myndir og/eða hljóð sem er ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundar atvinnustarfsemi og er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning. Með öðru endurgjaldi er t.d. átt við það þegar greitt er fyrir viðskiptaboð með vörunni sjálfri eða þjónustu.

Í 1. málsl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir m.a. að viðskiptaboð fyrir áfengi séu óheimil. Þá eru gerðar þær kröfur í 3. málsl. 4. mgr. 37. gr. laganna að fullyrðingar sem fram komi í viðskiptaboðum fyrir óáfengar drykkjarvörur þurfi að vera hægt að færa sönnur á. Í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að markmið reglu 4. mgr. 37. gr. sé meðal annars að vernda neytendur og takmarka neyslu á áfengi. Þannig sé tilgangur ákvæðisins öðru fremur að stuðla að bættu heilsufari almennings. Þá kemur einnig fram í greinargerðinni að ákvæði 3. málsl. 4. mgr. 37. gr. sé sett fram til að taka af öll tvímæli um að þær óáfengu drykkjarvörur sem verið er að auglýsa séu sannanlega á markaði fyrir neytendur. Einungis sé heimilt að auglýsa drykki sem hafi 2,25% áfengisinnihald eða minna.

2.

Þau viðskiptaboð sem kvörtunin lítur að varða auglýsingu frá Víking Brugghúsi fyrir Víking en brugghúsið, sem er í eigu CCEP, framleiðir ýmsar tegundir af bjór, bæði áfenga og óáfenga, undir því vörumerki. Heimilt er að auglýsa þær útgáfur varanna sem hafa 2,25% áfengisinnihald eða minna. Í því tilviki verða viðskiptaboð að bera á augljósan hátt með sér að um auglýsingu á óáfengum drykk sé að ræða eða drykk með áfengisinnihald undir fyrrgreindum mörkum.

Á fyrra skjáskotinu sem fylgdi með kvörtuninni má sjá að í auglýsingunni á Vísi birtist fullt glas með gylltum vökva merkt Víking og vörumerki Víking Brugghús. Á seinna skjáskotinu má sjá að



FJÖLMIÐLANEFND

Þegar sú mynd hvarf birtist heitið „Víking“ ásamt slagorðinu „Yðar skál“ á svörtum grunni. Við skjáskotin birtist orðið „Auglýsing“ efst í hægra horni. Ekki kemur fram í auglýsingunni í texta eða með öðrum hætti að um óáfengan bjór eða léttöl sé að ræða. Vísaði auglýsingin notendum, sem smelltu á hana, á Facebook-síðu Víking Brugghús og færslu dagsetta 27. maí 2024 þar sem Víking Gylltur var auglýstur í samhengi við Landsmót Hestamanna.

3.

Í svarerindi Sýnar dags. 18. júní 2024 kom m.a. fram að um væri að ræða „ímyndarauglýsingar fyrir vörumerkið Víking“ sem bæði seldi áfengan og óáfengan bjór. Jafnframt kom fram að umrædd viðskiptaboð „[beri] með sér að verið sé að auglýsa léttöl, en vissulega [sé] það gert með ógreinilegum hætti neðst til hægri á flestum þeirra“.

Fjölmiðlanefnd getur ekki tekið undir þau sjónarmið Sýnar að umrædd viðskiptaboð „[beri] með sér að verið sé að auglýsa léttöl“ þó þau hafi verið merkt með „ógreinilegum hætti neðst til hægri á flestum þeirra“. Í því tilviki sem mál þetta varðar liggja fyrir skjáskot frá kvartanda sem bera með sér að viðskiptaboðin hafi ekki verið merkt sem auglýsing fyrir vöru með 2,25% áfengisinnihald eða minna. Við meðferð málsins hefur Sýn ekki lagt fram gögn sem sýna fram á annað.

Með vísan til þess að viðskiptaboð fyrir áfengi eru óheimil, sbr. 1. málsl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla, verður að gera þá kröfu að viðskiptaboð fyrir óáfengar drykkjarvörur, sem sannanlega eru á markaði fyrir neytendur, séu ávallt merkt með þeim hætti að neytendur átti sig á að um sé að ræða vörur með 2,25% áfengisinnihald eða minna. Umrædd viðskiptaboð varða vörumerkið Víking en Víking Brugghús framleiðir bæði áfengar vörur undir því merki og vörur með 2,25% áfengisinnihald eða minna, eins og kom m.a. fram í svarerindi Sýnar þann 17. janúar 2025. Því þarf að vera ljóst að átt sé við síðarnefndu vörutegundirnar þegar vörur brugghússins eru auglýstar. Verður að mati Fjölmiðlanefndar að gera skýran greinarmun á þessum tveimur tegundum viðskiptaboða svo markmið laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi þjóni tilgangi sínum.

Jafnframt verður að mati Fjölmiðlanefndar að gera þá kröfu að fjölmiðlaveitur gangi úr skugga um að þau viðskiptaboð sem þær birta á miðlum sínum séu í samræmi við þau lög sem gilda um starfsemina enda bera þær ábyrgð samkvæmt þeim. Eðli máls samkvæmt er aðgæsluskylda fjölmiðla ríkari þegar um er að ræða viðskiptaboð fyrir vörur nátengdar vörutegundum sem



FJÖLMIÐLANEFND

Óheimilt er að auglýsa í fjölmiðlum hér á landi, í þessu tilfelli óáfengar útgáfur áfengra vara. Ekki ætti að vera vandkvæðum bundið fyrir fjölmiðlaveitur að ganga úr skugga um að efni viðskiptaboða varði óáfengar drykkjarvörur og að þau sé merkt í samræmi við það.

4.

Að öllu framangreindu virtu er það niðurstaða Fjölmiðlanefndar að auglýsing frá Víking Brugghúsi sem birtist á Vísi þann 10. júní 2024 var fyrir áfenga drykkjarvöru og telst til viðskiptaboða fyrir áfengi en slík viðskiptaboð eru óheimil, sbr. 1. másl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Með miðlun þeirra á Vísi hafi Sýn, sem fjölmiðlaveita vefmiðilsins, brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla sem bannar m.a. viðskiptaboð fyrir áfengi.

Samkvæmt o-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur Fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur vegna brota á ákvæðum í VI. kafla laga um fjölmiðla, þar með talið 4. mgr. 37. gr. Með fjölmiðlaveitu er átt við einstakling eða lögaðila sem starfrækir fjölmiðil, sbr. 14. tölul. 2. gr. laga um fjölmiðla. Samkvæmt 4. mgr. 55. gr. laganna verður stjórnvaldssektum beitt óháð því hvort brot eru framin af ásetningi eða gáleysi. Samkvæmt 5. mgr. 54. gr. sömu laga geta sektir numið allt að 10 millj. kr. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitu af broti þegar það á við. Falla má frá sektarákvörðun teljist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum er ekki talin þörf á beitingu sekta, sbr. 1. másl. 6. mgr. 54. gr. Í slíku tilviki er Fjölmiðlanefnd heimilt að ljúka málsmeðferð með útgáfu álits sem birt er á heimasíðu hennar. Brot gegn ákvæði 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla geta einnig varðað refsingu samkvæmt o-lið 1. mgr. 56. gr. laganna ef sakir eru miklar.

Með vísan til framangreindrar niðurstöðu hefur Fjölmiðlanefnd ákveðið að leggja stjórnvaldssekt á Sýn í samræmi við o-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla. Telur Fjölmiðlanefnd hæfilegt að sektin nemi 2.000.000 kr. Við ákvörðun sektarfjárhæðar var tekið mið af því að Sýn hefur margítrekað brotið gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi. Jafnframt var litið til eðlis brotsins og atvika máls að öðru leyti.



FJÖLMIÐLANEFND

V. Ákvörðunarorð

Sýn hf. braut gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með miðlun viðskiptaboða fyrir áfengi á Vísi þann 10. júní 2024.

Sýn hf. greiði 2.000.000 kr. í stjórnvaldssekt.

Einar Hugi Bjarnason

Erla Skúladóttir

Margrét Helga Kr. Stefánsdóttir

Róbert H. Haraldsson