

# Sveriges Annonsörer

1924



Jakob Rönnerbäck

Jurist

[Jakob.ronnerback@sverigesannonser.se](mailto:Jakob.ronnerback@sverigesannonser.se)

# Förordningen om politisk reklam



---

**Förordning om politisk  
reklam antogs 23 maj 2024**



---

**Började att gälla 10 oktober  
2025**

Streaming

## Efter Googles stopp – Ingen politisk reklam på TV4 Play

Sociala medier

**Så långtgående är Metas stopp för politisk annonsering**

Juridik

**Så slår techjättarnas annonsförbud mot svenska miljöorganisationer: ”En dubbelsmocka”**

Debatt

”Nya EU-regler skapar otydlighet – en möjlighet för ljusskygg påverkan”

Förordningen **förbjuder inte** politisk reklam utan ställer viss krav på transparens och begränsar viss riktad politisk reklam



# Vad har man sett från EU-håll?

Politisk reklam en  
källa till  
**desinformation**

**Transparens**  
nödvändig för att  
främja en öppen  
och rättvis  
demokrati

Risk för missbruk  
av personuppgifter  
genom **inriktning**

**Manipulation &  
inblandning** i  
demokratiska  
processer, t.ex från  
tredjeländer

Begränsningar för aktörer från  
tredjeland från att erbjudas  
politiska reklamtjänster från och  
med 3 månader innan ett val

1

Förordningen reglerar  
politisk reklam

# Vad är politisk reklam?

Politisk reklam = budskap:

- **av, för eller på uppdrag** av en politisk aktör eller för dennes räkning, såvida det inte är av rent privat eller rent kommersiellt slag, **eller**
- som **kan och är utformat** för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå,

Innehåll under **redaktionellt ansvar** ≠ politisk reklam

**Avsändaren  
avgörande**

**Innehållet  
avgörande**

**T.ex. ledare**

# 2 Förordningen ställer krav på transparens för politiska annonser

# Transparenskrav

**Utgivare** ska säkerställa att politisk reklam tillgänglig med transparensinformation (art 11)



Annonsören ska bl.a. förse utgivaren med den information som krävs enligt artiklarna 9-11



Reklamen ska förse med transparensinfo

# Transparenskrav



## Transparensinformation (art 11)

- Grundläggande transparensinformation (t.ex. information om avsändare och "reklammarkering")
- Transparensmeddelande (art 12)
  - Avsändarens namn, post- och epostadress
  - Informations om hur länge reklammeddelandet kommer att publiceras, tillhandahållas eller spridas
  - Hur mycket annonsen (och den politiska reklamkampanjen) kostat (och metod för hur detta beräknats)
  - Information om huruvida finansiering är privat eller offentlig (och om pengarna kommer inifrån eller från utanför unionen)
  - Möjlighet att anmäla brist i förhållande till förordningen
  - ...

EU-kommissionen ska ta fram en databas som samlar all politisk onlinereklam via reklamtjänst (art 13)



Exempel från Bonniers News materialspecifikation

An example of a political advertisement. The main area is a light purple square with the word "ANNONSYTA" in the center. Below this is a white box containing the text "Politiskt reklammeddelande" and "Sponsor: ABC-partiet Söderhamn. Sponsorn kontrolleras av ABC-partiet. Riksdagsval 13 september 2026." To the right of this box is a QR code with the text "Mer info här:" and "LÄGG IN NY QR-KOD" overlaid on it.

# Transparenskrav

**Sponsor  
(Annonsör)**

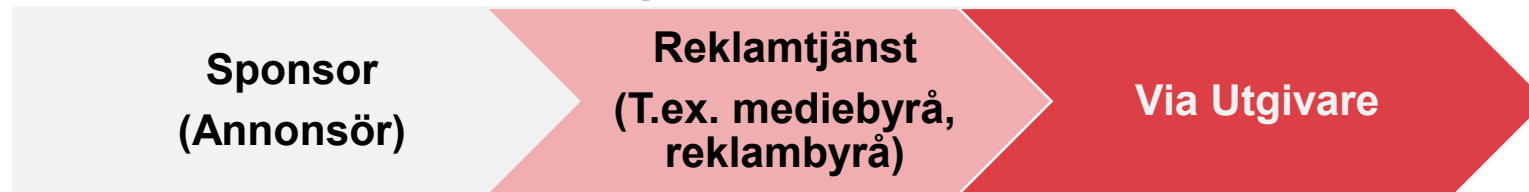
**Via Utgivare  
(T.ex. annonsplats inkl. via  
influencer marketing)**



**Reklamen ska  
för ses med  
transparensinfo**

# Transparenskrav

Ska också samla in  
viss information (art 9)



Informationen dessa samlar in kan begäras ut  
av tillsynsmyndighet och t.ex. journalister och  
politiska aktörer (art 16 & 17)



Reklamen ska  
för ses med  
transparensinfo

# Transparenskrav

Obs, exemplet visar inte politisk reklam



Sponsor  
(Annonör)

Reklam utan användning av  
utgivare

Reklamen behöver  
inte förse  
information

Utgivare

= Reklamtjänst som **publicerar, sprider eller tillhandhåller** politisk reklam (t.ex. köpt annonsplats)  
≠ **Förmedlingstjänst utan särskild ersättning** (t.ex. organiskt inlägg) **eller sidotjänst** (t.ex. posttjänster)

# 3

Förordningen introducerar  
begränsningar för riktad politisk  
onlinereklam

# Transparens & riktad reklam

- **Politisk onlinereklam** får inte använda sig av **inriktningsteknik** eller **annonsleveransteknik** som bygger på personuppgiftsbehandling (art 18)

**inriktningsteknik:** teknik som används för att **rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer** eller för att utesluta dem genom behandling av personuppgifter (art 3)

Finns **två undantag** från förbudet.

# Transparens & riktad reklam

- **Politisk onlinereklam** får inte använda sig av **inriktningsteknik** eller **annonsleveransteknik** som bygger på personuppgiftsbehandling (art 18)

**inriktningsteknik:** teknik som används för att **rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer** eller för att utesluta dem genom behandling av personuppgifter (art 3)



Hur ska "inriktningsteknik" förstås? Förhindras all segmentering?

# 4

Vissa annonsjättar går längre än förordningen och tillåter inte längre politisk annonsering

## RESUMÉ INSIKT

Traditionella medier får ett uppsving när Google och Meta sätter stopp för politisk reklam.  
Foto: Getty/TT Nyhetsbyrå

# Tvingas tänka helt om inför valåret – så ska partierna nå fram utan Meta och Google

Juridik

## Så slår techjättarnas annonsförbud mot svenska miljöorganisationer: ”En dubbelsmocka”

# Annonskanalernas anpassningar

**Google** tillåter inte längre politisk annonsering

**Meta** tillåter inte politisk annonsering **och annonsering i vissa sociala frågor**

**Många andra** techjättar (t.ex. TikTok & Snapchat) tillåter inte heller politisk annonsering

Även vissa **lokala annonskanaler** slutar att erbjuda politisk annonsering



Begränsningar av annonsering, men ”organiskt innehåll” tillåts

# Annonskanalernas anpassningar

**Meta** tillåter inte politisk annonsering och annonsering i vissa sociala frågor

## Europeiska unionen (EU)

Annonser om sociala frågor som rör följande ämnen får inte köras i Europeiska unionen:

- medborgarrättigheter och sociala rättigheter
- kriminalitet
- ekonomi
- miljöpolitik
- hälsa
- invandring
- politiska åsikter och politisk styrning
- säkerhet och utrikespolitik.

5

Förordningen syftar inte till att förbjuda eller påverka innehållet i politisk reklam. Men vilka konsekvenser kan den få?

# Några avslutande reflektioner

- 1 Svårare att annonsera i vissa kanaler & mer administrativt betungande att nå ut med politiska annonser. Förflyttning till andra kanaler & urvattning av politiska budskap?
- 2 Marknadsföring utanför annonsformat möjligen ännu viktigare än tidigare, särskilt i medier där politiska annonser inte tillåts.
- 3 Förskjutning mot andra sätt att nå mottagare med relevant politisk reklam än genom riktad onlinereklam.
- 4 Oro för en utveckling med långtgående förbud mot politisk reklam & sociala budskap
- 5 Ökad transparens vilket t.ex kan motverka smyg reklam via influencers

# Tack!



Jakob Rönnerbäck

jurist

[Jakob.ronnerback@sverigesannonsorer.se](mailto:Jakob.ronnerback@sverigesannonsorer.se)