PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE – Forbrugerombudsmanden griber ind over for influenter og sætter nye grænser

Pressemeddelelse · Offentlig forvaltning



Alt indhold, som influenter lægger på sociale medier, skal overholde markedsføringsloven, uanset om det er reklame eller ej. Og hvis en influent særligt henvender sig til børn og unge, må influenten ikke lægge indhold ud, som indeholder alkohol, energidrikke eller beskriver farlige situationer eller situationer som tilsidesætter almindelig sikkerhed. Det vurderer Forbrugerombudsmanden på baggrund af sager mod en række influenter, hvoraf nogle politianmeldes.

Forbrugerombudsmanden har besluttet at politianmelde nogle influenter for i alt 9 overtrædelser af markedsføringsloven og indskærpe reglerne over for en række andre

influenter for i alt 31 overtrædelser. Sagerne kan have stor betydning for alle influenter, og i særdeleshed for influenter som særligt henvender sig til børn og unge under 18 år.

Med politianmeldelserne og indskærpelserne gør Forbrugerombudsmanden det klart, at alle influenters opslag på sociale medier efter Forbrugerombudsmandens vurdering skal leve op til reglerne i markedsføringsloven – uanset om de indeholder reklame eller ej. Det er velkendt, at opslag med et kommercielt sigte skal markeres klart og tydeligt som reklame, men markedsføringsloven indeholder også andre regler end forbuddet mod skjult reklame.

Sagerne har særlig stor betydning for influenter, som enten i sig selv eller hvis opslag særligt henvender sig til børn og unge. Det er således Forbrugerombudsmandens vurdering, at disse influenter ikke må lave opslag, der indeholder alkohol eller energidrikke, og de må heller ikke lave indhold, der beskriver farlige situationer eller situationer som tilsidesætter almindelig sikkerhed. Det gælder uanset, om indholdet er reklame eller ej.

Forbrugerombudsmandens vurdering tager udgangspunkt i, at influenterne driver erhvervsvirksomhed, og at alt indhold, som influenterne lægger på sociale medier, er produkter fra disse erhvervsvirksomheder. Som andre erhvervsvirksomheder skal influenterne derfor overholde markedsføringsloven for så vidt angår alle deres aktiviteter på sociale medier.

Sagerne vedrører blandt andet nedenstående forhold, hvoraf nogle går igen hos flere influenter:

- Indhold på sociale medier, hvor der indgår alkohol eller energidrikke.
- Indhold på sociale medier, hvor der beskrives farlige situationer eller situationer, som tilsidesætter almindelig sikkerhed, uden at der er en pædagogisk, samfundsmæssig eller anden saglig begrundelse for det.
- Indhold på sociale medier, hvor influenter direkte opfordrer børn til køb.
- Indhold på sociale medier, hvor der anvendes børn og unge under 15 år, uden de indgår i en naturlig sammenhæng for at illustrere eller vise et produkt.
- Indhold med influenters egne produkter, som ikke er markeret tydeligt som reklame. Selv hvis produktet er synligt forbundet med influenten, vurderer Forbrugerombudsmanden, at det meget sjældent vil være tydeligt af sammenhængen for børn og unge, at der er tale om reklame for influenten selv og influentens egne produkter.

Forbrugerombudsmand Torben Jensen siger:

> Når influenter driver deres profiler på sociale medier via et CVR-nummer, er de allerede af den grund erhvervsdrivende. Deres produkter er dem selv og alt deres indhold på sociale medier. Derfor skal alt indhold leve op til markedsføringsloven – præcis som det gælder for alle andre erhvervsvirksomheder.

> Influenter, der særligt henvender sig til børn og unge, skal være ekstra varsomme, fordi markedsføringsloven indeholder en række særregler, som skal beskytte børn og unge. Deres opslag på sociale medier må derfor ikke indeholde alkohol eller energidrikke. De må heller ikke beskrive farlige situationer eller situationer, som tilsidesætter almindelig sikkerhed – og det gælder uanset om deres opslag er reklame eller ej.

Læs mere her:

Sagsresuméerne om de enkelte sager kan findes her:

- Influenter, der drev erhvervsvirksomhed, skulle overholde markedsføringsloven i alle opslag
- Influenter skulle overholde de særlige regler for markedsføring rettet mod børn og unge
- Influenter opfordrede børn til køb i opslag på sociale medier
- Influenter viste farvestrålende drinks og brugte børn i opslag på sociale medier
- Influenters reklame for egne produkter var i strid med forbuddet mod skjult reklame
- Influenters reklame var i strid med forbuddet mod skjult reklame, uanset at der ikke var en aftale med virksomhederne
- Influenters reklame i videoer og links var i strid med forbuddet mod skjult reklame
- Influenters omtale af virksomheder var ikke i strid med forbuddet mod skjult reklame, idet omtalen skete af egen drift
- Influents omtale af en kode, der var en del af et affiliate-markedsføring-program, var i strid med forbuddet mod skjult reklame

Forbrugerombudsmanden har også opdateret sin hjemmeside. Læs mere om reglerne for markedsføring rettet mod børn og unge samt reglerne for skjult reklame her:

- Markedsføring rettet mod børn og unge
- Skjult reklame på sociale medier

Lovgrundlag:

Markedsføringsloven gælder, når erhvervsdrivende udbyder produkter på det danske marked. Det står i markedsføringslovens § 1.

Skjult reklame
Det følger af markedsføringslovens § 6, stk. 4, at erhvervsdrivende klart skal oplyse om den kommercielle hensigt med enhver form for handels-praksis, herunder reklame. Det betyder, at skjult reklame og skjulte kommercielle hensigter i øvrigt er forbudt. Reklame og andre kommercielle hensigter skal derfor tydeligt markeres som sådan, medmindre det allerede fremgår tydeligt af sammenhængen, at der er en kommerciel hensigt bag.

Opfordre børn til køb
Det er ulovligt direkte at opfordre børn til at købe et produkt, som f.eks. en reklame vedrører. Det er også ulovligt at opfordre børn til at overtale deres forældre eller andre voksne til at købe produktet. Det står i markedsføringslovens § 9 sammenholdt med pkt. 28 i lovens bilag 1.

Farlig og hensynsløs adfærd
Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke direkte eller indirekte opfordre til farlig eller hensynsløs adfærd. Det står i markedsføringslovens § 11, stk. 1. Det betyder bl.a., at markedsføring rettet mod børn og unge ikke uden pædagogisk, samfundsmæssig eller anden saglig begrundelse må indeholde afbildning eller beskrivelser af farlige situationer eller af situationer, der tilsidesætter almindelig sikkerhed.

Alkohol
Enhver omtale, billeder af eller henvisninger til alkohol i handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år er forbudt. Det står i markedsføringslovens § 11, stk. 2. Der er tale om et generelt forbud, der gælder uanset, om den konkrete handelspraksis vedrører salg af alkohol, eller om alkohol anvendes som virkemiddel.

Uegnede produkter

Det er også forbudt at omtale, vise billeder af eller henvise til andre uegnede produkter. Det fremgår også af markedsføringslovens § 11, stk. 2. Uegnede produkter er f.eks. produkter, som frarådes af myndighederne til børn og unge under 18 år, herunder energidrikke.

Brug af børn

På sociale medier, må handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år ikke anvende børn og unge under 15 år, medmindre de indgår i en naturlig sammenhæng for at illustrere eller vise et produkt. Det står i markedsføringslovens § 11, stk. 3, 2. pkt.

Overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 4, § 9 sammenholdt med pkt. 28 i lovens bilag 1, og § 11, stk. 1-3, kan straffes med bøde efter markedsføringslovens § 37, stk. 3.

Pressekontakt:

Kontakt Forbrugerombudsmandens pressesekretariat på tlf. 41 71 50 98.

KILDE: Forbrugerombudsmanden. GRAFIK / FOTO: Pressemeddelelse.dk

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-forbrugerombudsmanden-griber-ind-over-for-influenter-og-saetter-nye-graenser/

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Forbrugerombudsmanden.