

Barne- og familiedepartementet

Oslo, 13. januar 2025

Høring: forslag til endringer i markedsføringsloven - Barns forbrukervern i digitale medier

Viser til høringsbrev datert 6. november 2024, og ønsker med dette å gi et høringssvar.

Redd Barna er en barnerettighetsorganisasjon som arbeider for å innfri barns rettigheter i henhold til FNs barnekonvensjon. Vi arbeider blant annet for at barn skal få innfridd sin rett til informasjon, gode levekår, personvern og beskyttelse, i tråd med Barnekomiteens generelle kommentar nr. 25 om barns rettigheter relatert til det digitale miljøet.

Vi støtter forslaget til endringer i markedsføringsloven for å styrke barns forbrukervern i digitale medier, inkludert styrket tilsyn og overtredelsesgebyr ved brudd på regelverket. Vi ser positivt på at bestemmelsen skal regulere markedsføring som kan ses eller høres av barn, og at det omfatter omtale av, film eller bilder av eller henvisninger til ytelser som anses å være uegnet for barn.

Høringsnotatet gir en god beskrivelse av den massive markedsføring barn blir eksponert for digitalt, som synliggjør behovet for bedre vern og regulering. Dette er godt begrunnet i barns rettigheter og Generell kommentar nr.25, samt relevant forskning som underbygger at barn i sin digitale hverdag blir eksponert for personlig, kompleks og skjult markedsføring.

Ytelser som er uegnet for barn

Vi støtter forslaget om å regulere «ytelser som er uegnet for barn» som omfatter både tjenester og varer. Vi er enige at i dette bør omfatte ytelser som regnes som helseskadelige, mentalt skadelige eller som kan utgjøre en sikkerhetsrisiko for barn, eller som ikke lovlig kan selges til barn, eller frarådes brukt av barn. I departementets spørsmål om hvilke varer og tjenester som bør angis, mener Redd Barna det er viktig at tjenester som eksponerer barn for seksualisert innhold, eller nettsteder som kan trigge eller redusere terskel for bytte og salg av seksualisert innhold bør omfattes. Basert på våre rapporter, [Er det innafor å selge nudes?](#) Ungdoms perspektiver på salg og bytte av seksuelt innhold på nett, og [Et skada bilde av hvordan sex er](#). Ungdoms perspektiver på porno, viser det seg at unge opplever stor grad av eksponering for uønsket markedsføring av seksualisert innhold, porno og nettsteder som formidler og oppfordrer til bytte og salg av sex.

Ellers viser vi til Forbrukerrådet sin høring, som omhandler ytelser som økt kroppspress og utseendepress, avhengighetsskapende mekanismer og økt kjøpepress, og til deres innspill om at det bør lages en egen forskriftshjemmel som gir departementet mulighet til å konkretisere hvilke varer og tjenester som skal anses som uegnet og hvilke vurderingsmomenter som skal inngå i vurderingen.

Redd Barna mener det er problematisk hvis terskelen for å vurdere om en ytelse som uegnet skal være høy, slik det foreslås i notatet. Vi viser til Barneombudets høring, der det understrekes at dette er en uheldig formulering og vil medføre risiko for at bestemmelsen i praksis blir vanskelig for tilsynet å håndheve. Samtidig må vurderinger av hva som defineres som uegnet, bygge på faglig kunnskap og være underlagt demokratisk kontroll.

Digitale medier – ikke bare sosiale medier og spill

Redd Barna mener forslaget bør omfatte «digitale medier» og ikke bare sosiale medier og spill. Selv om mesteparten av den uønskede markedsføringen foregår på sosiale medier og spill i dag, mener Redd Barna at vernet også må gjelde på andre plattformer, apper og tjenester som barn bruker i sin digitale hverdag. Barn skal ha vern, uavhengig av hvilken arena det foregår på. Barn blir eksponert for kommersielt innhold, reklame og markedsføring på plattformer som brukes i skolen. [Personvernkommisjonen](#) synliggjorde også at skolen bruker digitale læringsverktøy, som profitterer på barns persondata. Det innebærer at barn i praksis ikke har en reklamefri skole digitalt. Videre bruker barn nettlesere som er kommersielle til å søke opp all tenkelig informasjon, og i den forbindelse blir de eksponert for mye skadelig og uegnet innhold, som de bør beskyttes mot. Videre er det viktig at lovverket er utformet slik at det tar hensyn til endringer i samfunnet og i teknologibruk fram i tid. Dersom den varslede økning i aldersgrensen i sosiale medier følges opp i praksis, vil dette også endre barns medievaner, og det er viktig å hindre at markedsførere finner et nytt frirom for uønsket markedsføring.

Influensere

Som det framgår av høringsnotatet, er markedsføring gjennom bruk av influensere problematisk. Dagens ordning med selvreguleringsordning og manglende reaksjonsmuligheter beskytter ikke barn godt nok. Redd Barna rapporten, *Er det innafor å selge nudes?* viser at influensere spiller en viktig rolle i å markedsføre tips og triks for å selge seksuelt innhold, særlig via OnlyFans. Influensere, gir ifølge ungdoms egne innspill, et inntrykk av at dette er noe man kan tjene veldig gode penger på, og ifølge rapporten mener ungdommene at det bidrar til å normalisere bytte og salg av seksualisert innhold. Vi mener i likhet med Press Redd Barna Ungdom, at det framover er behov for bedre regelverk og tilsyn som fanger opp influensere sin markedsføring digitalt.

Klageordning må være barnevennlig

Redd Barna mener at klageordning bør være barnevennlig, som innebærer at den er gratis, enkel å bruke og inneholder informasjon som er tilpasset barn. Som Forbrukerrådet skriver i sin høring må samarbeid mellom tilsyn skje på en måte som gjør at barn eller andre som klager på vegne av barn, ikke blir sendt fram og tilbake mellom tilsyn.

Videre er det viktig at Forbrukertilsynet får tilstrekkelige ressurser og kapasitet hos tilsynet for å kunne både følge opp direkte klager og drive tilsyn med markedsføringen mot barn digitalt. Det må sikres ressurser og kompetanse som tar høyde for at markedsføring er mer kompleks, personlig, flyktig og uoversiktlig.



Styrke barns medvirkning og innflytelse

I tråd med Barnekonvensjonens prinsipp om barns rett til å medvirke og ha innflytelse på systemnivå, mener vi at barn bør få gi innspill på spørsmål departementets ønsker å få belyst. I tråd med barnekonvensjonen artikkel 12 skal det legges til rette for at barn kan gi sin mening til saker og tiltak som angår dem. Barn og unge bør bli hørt om hva som bør defineres som uegnet for barn, og når barns rett til informasjon og ytringsfrihet bør gjelde. Videre bør barn ha medvirkning på hvordan definere og forstå hva som bør anses som høy eller lav terskel for å gripe inn. I tillegg mener vi at barn og unge må involveres i arbeidet med å utforme en barnevennlig klageordning. Videre bør barn og unge også involveres i kunnskapsutvikling om hvordan markedsføringen, som er skjult, kompleks og personlig, foregår i praksis. Ellers støtter vi Barneombudets forslag om å evaluere det nye lovverket for å undersøke om det i praksis bidrar til å bedre barns forbrukervern på nett. I dette arbeidet er det, som Barneombudet påpeker, avgjørende at barn og unge får medvirke i evalueringen for at reguleringen skal fungere etter hensikten.

Med vennlig hilsen

Redd Barna

Thale Skybak
Seksjonsleder

Kaja Hegg
Redd Barna

