

Juridiske og etiske aspekter af digital markedsføring rettet mod børn og unge

Hvad er problemet?

Det handler mest om de regler, der beskytter børn og unge mod markedsføring, som kan være skadelig for dem. Reglerne siger, at virksomheder ikke må reklamere for ting som alkohol eller usunde produkter til børn under 18 år. Der er også regler for reklamer på SOME, hvor det er forbudt at bruge børn under 15 år som "reklamesøjler" i videoer eller opslag, kun hvis det er naturligt f.eks. et barn, der leger med legetøj.

Hvad er det for nogen udfordringer der er?

Den store udfordring er at sikre, at virksomheder overholder reglerne. Med så mange unge på SOME kan det være svært for virksomheder at finde en balance mellem at markedsføre deres produkter og samtidig respektere reglerne. Mange virksomheder kan komme til at bryde loven, måske uden at vide det.

Hvordan er det, virksomheder og forbrugerne, der påvirkes?

Hvis en virksomhed bryder reglerne, kan virksomheden få kæmpe bøder, og det kan skade deres ry. For forbrugerne, især børn og unge, hjælper reglerne med at beskytte dem mod reklamer, der kan være skadelige eller vildledende.

Hvad betyder det for et fremtidigt marketingjob?

Hvis man arbejder med markedsføring i fremtiden, vil det være supervigtigt at kende disse regler. Det handler ikke kun om at få folk til at købe produkter, men også om at gøre det på en

måde, der er fair og sikker – især når det kommer til børn og unge. Hvis man ikke følger reglerne, kan det ende med store problemer for både virksomheden og ens karriere.

Artikel: [Markedsføring rettet mod børn og unge - Forbrugerombudsmanden](#)