

NOTAT

Skjult reklame

Gode råd til bloggere

Januar 2014

Vigtig information: Der er trådt en ny markedsføringslov i kraft den 1. juli 2017. De gode råd henviser til den gamle markedsføringslov, men en revision af de gode råd er på vej. Den opdaterede version vil kunne findes her på hjemmesiden, når den er klar. På www.retsinfo.dk kan du se den nye markedsføringslov

Dato: 14. januar 2016

Sag: FO-15/00481-75

Sagsbehandler: /masm

Direkte tlf.: +45 41 71 51 27

Gode råd til bloggere om skjult reklame

Bloggeres omtale af produkter og virksomheder kan være reklame.

En *blog* er typisk en hjemmeside, som løbende opdateres med indlæg fra bloggeren, eksempelvis om de nyeste tendenser inden for mode, mad og andre områder. En blogger kan også skrive eller placere indlæg på de sociale medier, som Facebook, Twitter, Instagram og YouTube.

Hvis et blogindlæg er reklame i markedsføringslovens forstand, skal blogindlægget tydeligt være markeret som reklame. Det følger af markedsføringslovens § 4, der forbyder ”skjult reklame”:

§ 4:

”En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset, i hvilket medium den bringes.”

I en sag om en bloggers omtale af et latte-produkt fastslog Forbrugerombudsmanden, at blogindlægget skulle have været markeret som reklame, fordi bloggeren omtalte produktet på sin blog *efter aftale* med den virksomhed, som producerede produktet.

Afgørelsen medførte en del debat på de sociale medier mellem bloggere om, hvornår og hvordan man som blogger skal markere et blogindlæg som reklame.

Forbrugerombudsmanden har derfor udarbejdet nogle gode råd om, hvad du som blogger kan gøre for at være sikker på at overholde markedsføringslovens § 4.

Du kan også se nogle af de spørgsmål om reklame på de sociale medier, som Forbrugerombudsmanden har svaret på, via dette link:

<https://www.forbrugerombudsmanden.dk/hvad-gaelder/ofte-stillede-spoergsmaal/bloggere-og-skjult-reklame/>

Hvad er en reklame?

En reklame er enhver form for kommunikation i forbindelse med udøvelse af erhvervsvirksomhed, som har til formål at sælge varer og tjenesteydelser.

Hvornår er din omtale af en virksomhed eller et produkt reklame?

Hvis en virksomhed ønsker, at du skriver om virksomheden eller virksomhedens produkter på din blog, vil det normalt være, fordi virksomheden mener, at din omtale vil fremme virksomhedens salg.

Aftaler du med virksomheden, at du skriver om et produkt på din blog, vil omtalen derfor være reklame for produktet – hensigten med omtalen på din blog er at fremme salget af produktet.

Det er underordnet, hvordan du og virksomheden indgår en aftale om omtale af virksomheden eller produktet. Aftalen kan være skriftlig, mundtlig eller stiltiende.

Det vil fx være reklame, hvis du omtaler en virksomhed/virksomhedens produkt og linker til virksomhedens webshop og modtager betaling for enten klik på linket eller klik på linket, som fører til køb (affiliate link).

Det vil også være reklame, hvis du har aftalt med en virksomhed, at du får procenter ved køb af produkter i virksomheden for efterfølgende at omtale produkterne på din blog.

Hvis du omtaler produkter *på eget initiativ* og altså uden nogen form for aftale med virksomheden, der sælger produkterne, vil din omtale *ikke* være en reklame.

Når virksomheden giver gaver eller udlåner produkter

Hvis virksomheden sender et produkt i gave til dig i håb om, at du omtaler produktet, så er udgangspunktet, at din omtale af den gave, som du har modtaget, ikke er reklame, fordi I ikke har en aftale om, at du omtaler produktet. Men der skal ikke meget til, før I kan anses for at have indgået en aftale, så omtalen er reklame, der skal fremstå som reklame.

Det kan fx være reklame, hvis en virksomhed forærer dig et produkt og lover dig flere produkter, hvis du omtaler produktet.

Har du bekræftet over for virksomheden, at du vil omtale et produkt, er der indgået en aftale mellem jer. I den sag om et latte-produkt, som er

nævnt i indledningen, havde bloggeren fx bekræftet over for virksomheden, at hun ville omtale produktet, før virksomheden sendte produkterne til hende.

Selv om du ikke har bekræftet over for virksomheden, at du vil omtale deres produkter, vil din omtale af et produkt i nogle tilfælde i sig selv kunne tages som udtryk for, at I har en fælles forståelse for, at du omtaler de produkter, som du får i gave.

Hvis en virksomhed gentagne gange giver dig produkter, og du hver gang blogger om dem, er der fx en formodning for, at I har en aftale om, at du reklamerer for virksomhedens produkter.

Når en anmeldelse ikke er reklame

Hvis du er en anmelder, der har en blog, hvor du anmelder produkter inden for en bestemt kategori, kan du som udgangspunkt kontakte virksomheder med henblik på at få stillet produkter til rådighed til brug for dine anmeldelser, uden at det betragtes som en aftale om at reklamere.

Der skal sædvanligvis være tale om en blog, der alene indeholder anmeldelser. Anmeldelserne kan være både positive og negative inden for et bestemt område – fx litteratur, musik eller film og skal være udtryk for, at du besidder en særlig viden eller interesse for området. Det er også en betingelse, at du ikke bliver betalt af virksomheden for at lave anmeldelsen, og at du kun får det fra virksomheden, som du har brug for til at lave anmeldelsen af produktet.

Det vil fx være i orden, at du til brug for at lave anmeldelser af biler, får stillet en bil til rådighed med henblik på at prøvekøre den, eller at du får tilsendt en biografbillet med henblik på at annoncere en ny premiefilm. Du må dog ikke modtage mere fra virksomheden, end hvad der er nødvendigt for, at du kan lave anmeldelsen.

Hvordan skal det fremgå af dit blogindlæg, at det er reklame?

Det skal være tydeligt for den, der læser/ser dit blogindlæg, at der er tale om reklame. Derfor skal læserne gøres opmærksom på, at det er reklame, når de læser/ser budskabet. Virksomheden er forpligtet til at informere dig om dette krav.

Er målgruppen for reklamen voksne – og ikke børn og unge – vil Forbrugerombudsmanden i hvert fald anse markedsføringsloven for overholdt, hvis du i starten af teksten tydeligt markerer blogindlægget med en af følgende tekster:

- **”Reklame”**
- **”Annonce”**
- **”Betalt indlæg”**
- **”Sponsoreret indlæg”**

Oplysningen om, hvor et produkt er købt, navnet på virksomheden, ordene ”I samarbejde med X”, ”Affiliate-aftale” eller ”Gave fra X” er eksempler på formuleringer, der ikke tilstrækkelig klart gør læseren opmærksom på, at det er reklame.

På Facebook vil det fx ikke være tilstrækkeligt at tage virksomheden på et billede.

En reklamefilm, der fx er lavet af en vlogger, dvs. en video-blogger, vil i hvert fald være markeret tilstrækkeligt, hvis ordene ”reklame”, ”annonce”, ”betalt indlæg” eller ”sponsoreret indlæg” fremgår tydeligt i starten af filmen i så lang tid, at seeren forstår, at videoen er reklame.

De, der ser indlægget, må ikke være i tvivl om, hvornår din omtale af et produkt eller en virksomhed er reklame.

Hvad skal jeg være særligt opmærksom på i forhold til børn og unge?

Hvis du laver en reklame til børn og unge under 18 år, skal du være opmærksom på, at kravene til ordvalg og tydelighed af reklamemarkeringen skærpes.

Det samme gælder, hvis en blog både retter sig mod børn og voksne.

Når reklamen retter sig mod børn og unge, skal du anvende en markering, som denne målgruppe forstår. Jo yngre målgruppen er, desto mere skærpes kravene.

Forbrugerombudsmanden vil i hvert fald anse et blogindlæg for at være tilstrækkelig markeret, hvis blogindlægget i starten af teksten tydeligt er markeret med en af disse tekster:

- **”Reklame”**
- **”Dette indlæg er betalt af X”**

Teksterne *”Sponsoreret indlæg”* og *”Betalt indlæg”* er eksempler på formuleringer, der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke er tilstrækkelige markeringer, hvis reklamen retter sig mod børn og unge.

Hvis en virksomhed sender gaver i form af vareprøver m.v. til en blogger under 18 år i håb om omtale, vil det kunne være i strid med god markedsføringsetik.

Se evt. mere i punkt 3.6.3 i Forbrugerombudsmandens vejledning om børn, unge og markedsføring:

<https://www.forbrugerombudsmanden.dk/retningslinjer-og-vejledninger/>

Hvornår risikerer jeg selv at blive gjort ansvarlig for at have overtrådt forbuddet mod skjult reklame?

Hvis et blogindlæg om et produkt eller en virksomhed ikke fremstår som reklame, selv om det retteligt *er* reklame, vil du som blogger kunne blive ansvarlig. Du kan fx blive ansvarlig, hvis du tjener penge på blogindlægget eller på anden måde bliver belønnet.

Den virksomhed, som du reklamerer for, vil også kunne blive ansvarlig for en overtrædelse af markedsføringslovens § 4.

Virksomheder skal derfor gøre, hvad der er muligt for at sikre sig, at blogindlæg tydeligt bliver markeret som reklame.

Bureauer, der rådgiver bloggere og formidler kontakt mellem bloggere og virksomheder, vil også kunne ifalde et ansvar.

Reklamebureauer og pr-bureauer vil kunne ifalde ansvar, hvis de fx har udarbejdet teksten til et blogindlæg, eller hvis de bliver hyret af en virksomhed til at indgå en aftale med en blogger om, at bloggeren skal omtale virksomheden eller virksomhedens produkter.

Overtrædelse af forbuddet mod skjult reklame kan straffes med bøde efter markedsføringslovens § 30, stk. 3.