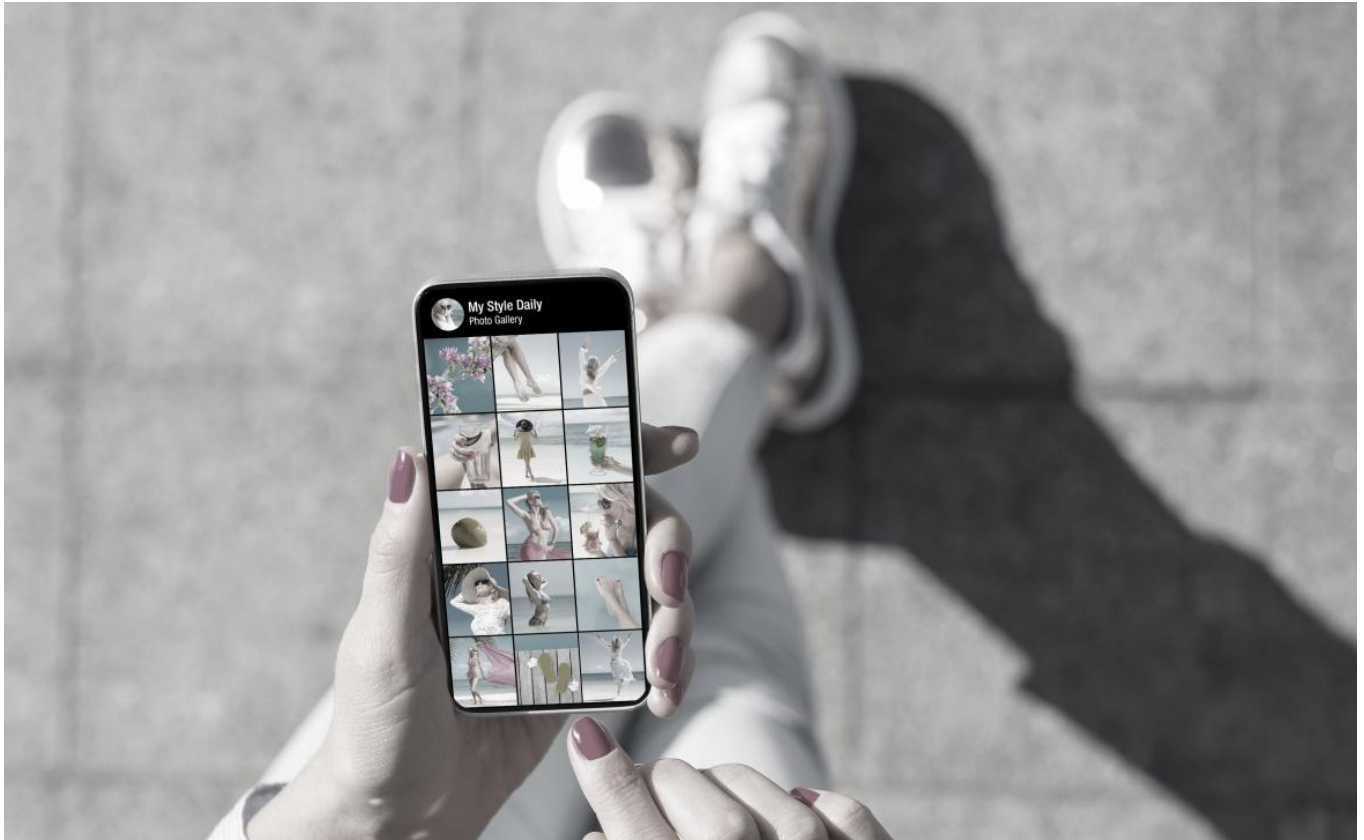


Influencers og skjult reklame

En influencers hensigt er ofte at inspirere og gøre opmærksom på noget, f.eks. et produkt eller et brand, til så mange mennesker som muligt via video, blogs og opslag på de sociale medier. I sådanne tilfælde er det rigtig vigtigt, at man som influencer er opmærksom på markedsføringslovens regler omkring skjult reklame.



Markedsføringsloven og skjult reklame

Det er vigtigt, at man som influencer gør sig bekendt med markedsføringslovens regler, så man overholder gældende ret på dette område. Det fremgår af markedsføringsloven, at "en erhvervsdrivende klart skal oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handels praksis, herunder reklame". Med andre ord er det forbudt at lave skjult reklame, idet man, som bruger af de sociale medier, skal kunne navigere i, hvorvidt der er tale om reklame eller ej. Det skal derfor fremgå tydeligt, når der reklameres, så brugerne af de sociale medier ikke kan være i tvivl om, at der ligger en eller anden form for kommerciel hensigt bag.

Reklamebegrebet

Reklamebegrebet omfatter langt flere tilfælde end blot den åbenlyse reklame, hvor en virksomhed betaler en influencer en vis sum penge for at omtale virksomheden. Begrebet strækker sig så vidt, at det omfatter al omtale, der har en kommerciel hensigt. Det være sig al omtale, som ikke er sket udelukkende på eget initiativ, og hvor der er modtaget noget fra virksomheden. Det kan både være modtagelse af rede penge, men det kan også være modtagelse af gaver, rabatter, invitationer til events, give-aways osv. Hvis omtalen eksempelvis er sket på eget initiativ, uden modtagelse af noget fra virksomheden, er der ikke tale om reklame.

Reklame på de sociale medier

Når man markerer på de sociale medier, at der er tale om reklame, skal det fremgå tydeligt dels hvad og hvem der reklameres for, dels at omtalen udgør reklame. Det skal ikke være nødvendigt for andre brugere at lede efter "markeringen". Brugere skal med det samme, de ser omtalen, være klar over, at der foreligger en kommerciel hensigt. Det er derfor ikke tilstrækkeligt at skrive "spons", "ad", "i samarbejde med" osv. Det er ej heller ikke tilstrækkeligt at "tagge" virksomhedens navn eller lave hashtags. I stedet bør man markere omtalen med "reklame", "annonce" eller "fået i gave", hvis det er tilfældet.

Kontakt NJORD

Hvis du er i tvivl om, hvorvidt du som influencer overholder reglerne om reklame på de sociale medier, er du velkommen til at kontakte NJORDs advokater på tlf. 33 12 45 22.