

Barne- og familiedepartementet (BFD)  
Postboks 8036 Dep  
0030 OSLO

Vår ref:  
24/00956-2

Saksbehandler:  
Hilde Silkoset

Dato:  
16. desember 2024

## Svar på høring- Barns forbrukervern i digitale medier

Barneombudet viser til høringsbrev datert 6. november 2024 om forslag til endringer i markedsføringsloven – Barns forbrukervern i digitale medier. Vi takker for muligheten til å komme med innspill.

### Oppsummering av Barneombudets innspill:

- Barneombudet støtter forslaget om en ny regulering i markedsføringsloven for å styrke barns forbrukervern i digitale medier, med noen merknader.
- Barneombudet støtter forslaget om utvidelse av hjemmel til å ilegge overtredelsesgebyr ved brudd på god markedsføringsskikk overfor barn.
- Barneombudet støtter forslaget om at hjemmelen for overtredelsesgebyr også bør inkludere forslaget til ny bestemmelse om markedsføring i sosiale medier mv.
- Barneombudet mener at terskelen for å vurdere en ytelse som uegnet ikke skal være høy, men vurderes ut fra om ytelsen kan være helseskadelig eller utgjøre en sikkerhetsrisiko overfor barn.
- Lovendringen må inkludere en godt fungerende og gratis klageadgang, og bør evalueres.

### Barneombudet støtter forslaget

Ungdommer Barneombudet har snakket med opplever dagens lovverk om reklame som uklart, og at mange ikke følger det.<sup>1</sup> Barneombudet har lenge vært en pådriver for å sikre barn bedre forbrukervern og har over tid påpekt at regelverket som gjelder for markedsføring er fragmentert og uoversiktlig, og at det er svært vanskelig å få oversikt over hva som er gjeldende lov og hvem som har ansvar for å håndheve regelverket.

Departementet fastslår at det er lovteknisk utfordrende å samle lovverket på en god måte og at forbrukervernregelverket i stor grad er knyttet opp mot regelverk fra EU som Norge må følge gjennom EØS- avtalen. Samtidig viser høringsnotatet til at barn eksponeres for en stor mengde

---

<sup>1</sup> [Barneombudet: Ungdom om digitale medier](#)

problematisk markedsføring, og at markedsføringen i nye digitale kanaler i mindre grad er lovregulert enn i de tradisjonelle markedsføringskanalene. Selv om det er utfordrende, oppfordrer Barneombudet departementet til å holde trykket oppe for å tydeliggjøre regelverket, tilpasse det til dagens virkelighet og sikre at det holdes teknologinøytralt for å møte fremtiden.

En ny bestemmelse i markedsføringsloven om at markedsføring som det er grunn til å forvente at barn kan se eller høre i sosiale medier og spill, ikke skal inneholde ytelser som er uegnet for barn, vil etter vårt syn bidra til å tydeliggjøre regelverket. En slik paragraf vil være et egnet tiltak for å oppfylle flere av barns rettigheter, og spesielt retten til informasjon, beskyttelse mot skadelig innhold, og best mulig helse.

Dagens praksis med selvreguleringsordninger og manglende reaksjonsmuligheter er ikke tilstrekkelig for å beskytte barns forbrukervern i digitale medier. For å ha reell effekt, må den nye paragrafen derfor følges opp med reelle tilsyn og utvidet hjemmel til å ilegge overtredelsesgebyr ved brudd.

## **Ny § 21 a: Markedsføring i sosiale medier mv.**

### ***Anvendelsesområde***

Barneombudet mener at ny § 21 a i markedsføringsloven bør ha et videre anvendelsesområde enn markedsføring som er «rettet mot barn», og støtter at bestemmelsen skal omfatte markedsføring som kan ses eller høres av barn, altså markedsføring som barn eksponeres for. Dette samsvarer også med ordlyden i Verdens helseorganisasjon (WHO) sine anbefalinger for å beskytte barn mot markedsføring av usunn mat og drikke,<sup>2</sup> og vil etter vårt syn gi barn en mer helhetlig beskyttelse mot å bli eksponert for digital markedsføring.

### ***Innsnevring av mulighetene for å markedsføre ytelser som er uegnet for barn***

Barneombudet støtter også forslaget om en bestemmelse som snevrer inn mulighetene for å markedsføre ytelser som er «uegnede for barn» med bakgrunn i departementets redegjørelse for at begrepet «ytelser» omfatter både varer og tjenester, jf. mfl. § 5 bokstav c. Vi deler departementets vurdering om at formuleringen «uegnede ytelser» innfører en ny rettslig standard hvor innholdet i bestemmelsen vil kunne utvikle seg i takt med allmenne etikk- og moraloppfatninger, og samfunnsutviklingen. Vi ser det som nødvendig med en konkretisering av begrepet «uegnede ytelser» i forskrift, da dette vil gjøre håndheving enklere. Begrepet bør kun være et supplement til den nye rettslige standarden, og forskriften må ikke oppfattes som en uttømmende liste.

Vi støtter videre departementets vurdering om at det er behov for å kunne ilegge overtredelsesgebyr også for brudd på forslaget til ny § 21 a, med bakgrunn i at mange av de samme argumentene om overtredelsesgebyr ved brudd på god markedsføringsskikk overfor barn (§ 21 jf. 2), også gjør seg gjeldende for forslaget til ny § 21 a. Barneombudet mener det er helt sentralt at tilsynet kan ilegge overtredelsesgebyrer for begge bestemmelser, for å kunne ha en avskrekkende effekt både på den næringsdrivende som bryter loven, og på resten av bransjen.

---

<sup>2</sup> [Protecting children from unhealthy food marketing in the WHO European Region: guidance for Member States on designing a legislative response](#)

### **Vurdering av om en ytelse anses som uegnet for barn**

I høringsnotatets merknader til ny § 21 a uttrykker departementet at «*det beror på en konkret vurdering hvorvidt en ytelse må anses som uegnet for barn*». Videre sier departementet at terskelen for om en ytelse må anses som uegnet for barn skal være høy. Barneombudet mener dette er en uheldig formulering og vil medføre risiko for at bestemmelsen i praksis blir vanskelig for tilsynet å håndheve. Vi anbefaler heller at tilsynet skal vurdere ut fra om ytelsen kan være helseskadelig, mentalt skadelig, utgjør en sikkerhetsrisiko, er lovlig salg til barn, eller at varen/tjenesten frarådes brukt av barn. (Som også er vurderingsmomenter som departementet viser til).

### **Barns rettigheter**

Barneombudet er glade for å se at departementet redegjør for barns særlige rettigheter i lovgivningen, og henviser til at i alle handlinger som berører barn, enten de foretas av offentlige eller private aktører, myndigheter eller lovgivende organer, skal barnets beste være et grunnleggende hensyn. Det er også positivt at høringsnotatet viser til barnekomiteens generelle kommentarer om statens forpliktelser til å integrere og anvende prinsippet om barnets beste i utvikling av lovgivning og retningslinjer som omhandler næringsvirksomhet. Dette er et viktig rettslig utgangspunkt for forslaget og understreker at hensynet til barnets beste må veie særlig tungt i arbeid med, og innføring av lovendringen.

Vi synes likevel det er vanskelig å se hvordan barnets beste er synliggjort og vektet. I det videre arbeidet er det viktig at departementet synliggjør vurderingene og viser hvordan hensynet til barnets beste er vektet opp mot andre hensyn. Dette blir særlig viktig for å sikre at barnets beste er et grunnleggende hensyn i de videre beslutningsprosessene der barns rett til beskyttelse vurderes opp mot sterke markedskrefter. Det skal mye til for at andre hensyn skal gå foran, i så fall må departementet vise hvorfor. Det skal legges ekstra stor vekt på barnets beste i saker som har stor betydning for barn, noe som er tilfelle i dette lovendringsforslaget.

Et eksempel på en barnets beste - vurdering er barns rett til beskyttelse sett opp mot hensynet til næringen og begrepene «markedsføring rettet mot» vs. «markedsføring som barn eksponeres for». Barn ferdes over alt på digitale flater, ikke bare på nettsider for barn. Risikoen for å bli eksponert for markedsføring som ikke er ment for barn og som kan medføre skaderisiko, er stor. Derfor bør bestemmelsen omfatte «markedsføring som barn eksponeres for». Da vil barnets beste tillegges stor vekt.

### **Barns medvirkning**

Vi vil løfte frem at barnekonvensjonen og Grunnloven § 104 gir barn rett til å bli hørt i alle forhold som angår og påvirker dem. Retten til å bli hørt gjelder for enkeltbarn og for barn som gruppe på systemnivå, som er tilfelle ved endring i markedsføringsloven.

Vi kan ikke se at barns meninger er tatt inn i høringsnotatet og oppfordrer derfor departementet til å legge til rette for at barn og unge får mulighet til å medvirke i det videre arbeidet med lovendringsforslaget. Det vil etter vårt syn bidra til å sikre at hensikten med lovendringen fungerer sett opp mot hva som vil være til det beste for barn som gruppe.

## Tilsyn og håndheving

Ungdom vi har snakket med mener at dagens regelverk rundt markedsføring ikke blir godt nok fulgt opp. De vil at myndighetene skal håndheve med blant annet bøter ved overtredelser og ønsker at bøtene bør være offentlige, slik at man skal vite hva som ikke er lov og hvorfor det ble gitt en bot.<sup>3</sup> Vi er enige med ungdommene og støtter forslaget om å opprette en hjemmel for å kunne ilegge overtredelsesgebyrer ved brudd på god markedsføringsskikk overfor barn.

Barn og unge utsettes for et massivt kjøpe- og kroppspress, og nye kanaler, plattformer og konsepter dukker stadig opp. Disse må følges opp med kontinuerlig tilsyn. Etter vårt syn bør håndheving av den nye hjemmelen også følges opp med overtredelsesgebyrer som har en avskrekkende effekt i bransjen, og ikke bare for den enkelte aktør overtredelsen retter seg mot. Dette samsvarer med barnekomiteens oppfordring om å sikre egnede håndhevingsmekanismer, som høringsnotatet også viser til.

For at tilsynet skal være så effektivt som mulig, er det nødvendig at det gis tydelige signaler om at barn og unge skal prioriteres, og at det følger med tilstrekkelige midler og ressurser. Dette krever at Forbrukertilsynet har kapasitet til å følge opp. Barneombudet er bekymret for om det er tilfelle i dag og ber departementet vurdere om det er realistisk og gjennomførbart for Forbrukertilsynet å holde trykket oppe med å håndheve regelverket. I forlengelsen her er det viktig at departementet følger med på hvordan ordningen fungerer.

## Klagemuligheter

Forslaget må inkludere en tilgjengelig, godt fungerende, og gratis klageadgang. Barneombudet er opptatt av at ansvaret for å følge med på overholdelse av regelverket plasseres hos aktuelt tilsyn og ikke er basert på privat oppfølging. Samtidig bør det være en mulighet for barn å melde inn klager på eget initiativ, siden det kan være utfordrende for tilsynet å fange opp alt fra digitale medier.

Klagemulighetene bør gjøres lett tilgjengelige og brukervennlige ved å opprette en offentlig nettside eller portal med oversikt over regelverket med enkle henvisninger til hvordan man går frem for å klage. Orientering om klageadgang må være formulert på en slik måte at det er lett for barn å forstå hvordan de skal gå frem. Mulighetene for å benytte eksisterende hjelpetjenester som DigiUng eller ung.no som steder å henvende seg for barn og unge som ønsker å klage, bør også utredes.

Tilsynsorganet må ha oversikt over, og settes i stand til å kunne håndheve overtredelser raskt slik at barn slipper å måtte klage. Det er viktig at tilsynet er i fremoverlent og våker over regelverket fordi de fleste barn uansett ikke kommer til å sende inn klager selv.

## Evaluerings

Barneombudet anbefaler at det planlegges for evaluering av den nye reguleringen for å sikre at den faktisk bidrar til å bedre barns forbrukervern på digitale flater. Som tidligere nevnt, mener vi

---

<sup>3</sup> [«Ungdom om digitale medier» – Barneombudet](#)

det er avgjørende for at barn og unge får medvirke i evalueringen for at reguleringen skal fungere etter hensikten. Det er de som sitter på fasiten for om lovendringen treffer målgruppen.

Høringssvaret er sendt inn via Barne- og familiedepartementets digitale skjema for høringsinnspill.

Med vennlig hilsen

Mina Gerhardsen  
barneombud

Hilde Silkoset  
seniorrådgiver

Brevet er godkjent elektronisk og har derfor ingen signatur.

### **Vedlegg**

Svar på høring- Barns forbrukervern i digitale medier