

Need-to-know om reglerne for digital markedsføring





Markedsføringsloven: Hvilke kommunikationsformer skal du have samtykke til?



Databeskyttelsesreglerne: Når du behandler personoplysninger, fx til at målrette din kommunikation



Cookie-reglerne: Selve den "tekniske" indsamling af oplysninger



Hvilke
kommunikationsformer skal
du have samtykke til?

Hvad betyder spamreglen?

§ 10, stk. 1. En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på direkte markedsføring, medmindre den pågældende har givet sit forudgående samtykke hertil. Den erhvervsdrivende skal give mulighed for let og gebyrfrit at tilbagekalde samtykket.

- 10) **Købsopfordring:** En kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er oplyst på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb.
- 11) **Utilbørlig påvirkning:** Udnyttelse af magtposition i forhold til forbrugeren til at udøve pres selv uden anvendelse eller trusler om anvendelse af vold på en måde, som væsentligt begrænser forbrugers evne til at træffe en informeret beslutning.
- 12) **Lovreguleret erhverv:** En eller flere former for erhvervsmæssig virksomhed, når der enten direkte eller indirekte ifølge love eller administrative bestemmelser kræves bestemte erhvervsmæssige kvalifikationer for at optage eller udøve denne virksomhed eller en form heraf.
- 13) **Gebyr:** En betaling for en særlig tjeneste, funktion eller ydelse, som knytter sig til købet af et produkt, og som ikke har karakter af betaling for en selvstændig ydelse.
- 14) **Samtykke:** Enhver frivillig, specifik og informeret viljetilkendegivelse.
- 15) **Elektronisk post:** Enhver meddelelse i form af tekst, stemmegengivelse, lyd eller billede, som sendes via et offentligt kommunikationsnet, og som kan lagres i nettet eller i modtagerens terminaludstyr, indtil meddelelsen hentes af modtageren.

Hvad betyder spamreglen?

Elektronisk post?

Denne definition er teknologineutral og skal fortolkes bredt. Formålet er at sikre, at brugere af offentligt tilgængelige elektroniske kommunikationstjenester opnår den samme beskyttelse af personoplysninger og privatlivets fred, uanset hvilken teknologi tjenesterne baserer sig på.

Om en henvendelse er omfattet af begrebet elektronisk post, beror på en konkret vurdering. For det første skal meddelelsen sendes via et offentligt kommunikationsnet. Hvis kommunikationen sker via en tjeneste på internettet, der ikke på forhånd er afgrænset til en bestemt kreds af slutbrugere, vil meddelelsen være sendt via et offentligt kommunikationsnet.

E-mails, sms, mms og andre lignende applikationer, der benyttes til at sende beskeder, hvori billeder, lyd og tekst f.eks. kan kombineres, via internettet eller mobiltelefoni er omfattet af begrebet elektronisk post. Det samme gør sig gældende for online e-mailtjenester, som f.eks. g-mail.com og hotmail.com.

Listen er ikke udtømmende, og begrebet elektronisk post er et dynamisk begreb, der til enhver tid skal ses i lyset af markedsudviklingen og den teknologiske udvikling.

Markedsføring, der er afhængige af, at modtageren er online, og som forsvinder af sig selv, når modtageren ikke længere er online (f.eks. pop-up reklamer og reklamer via ens news feed), er ikke omfattet af definitionen elektronisk post. Denne form for markedsføring kan efter omstændighederne falde ind under den foreslåede § 10, stk. 4.

Elektronisk post?

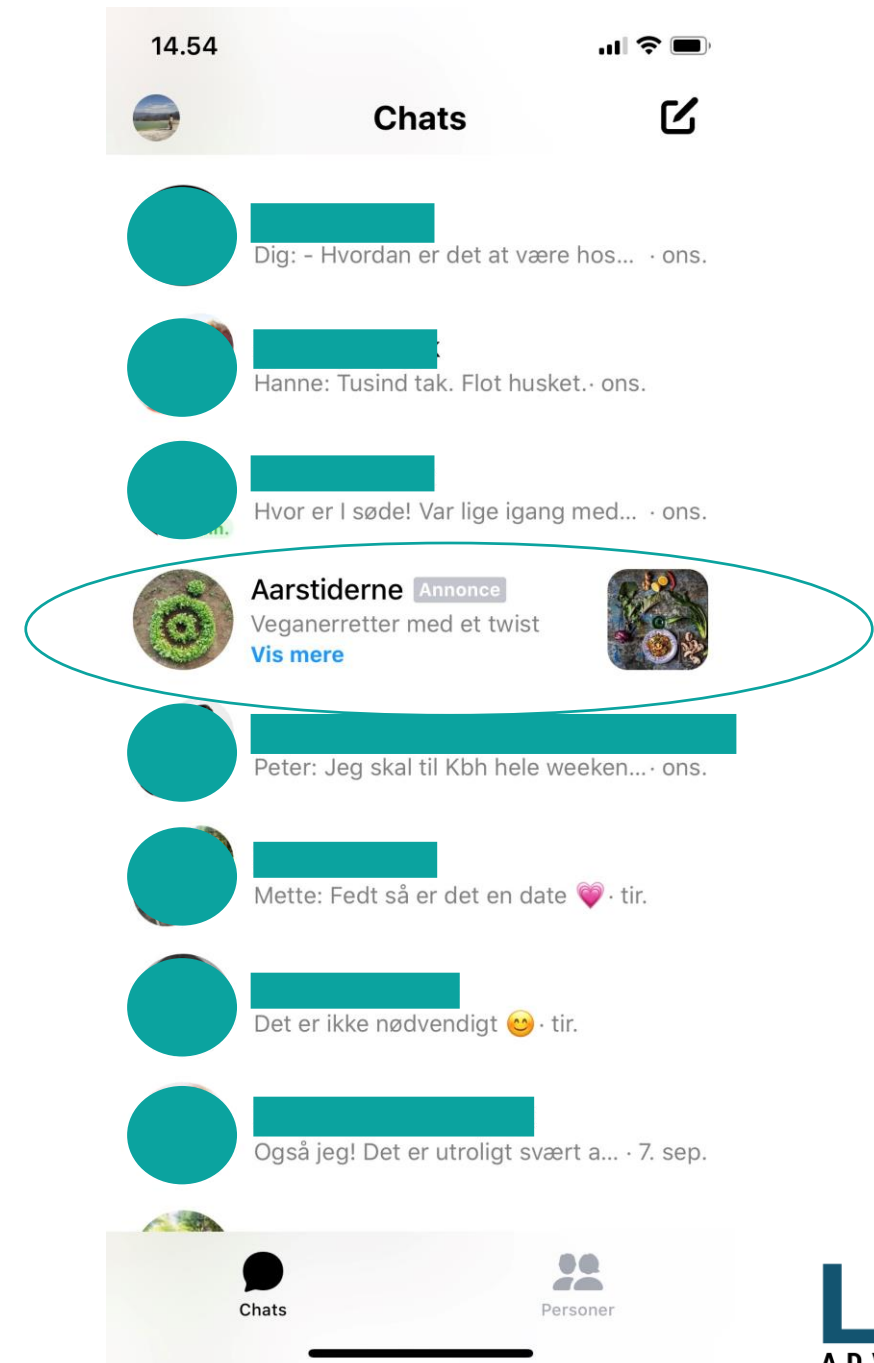
Klassikerne: e-mail, sms

Pop up- og bannerreklamer: ikke elektronisk post – afhængig af, at man er online.

Push-beskeder?

Sociale medier

- › egne opslag, som vises i brugeres newsfeeds?
- › opslag på en brugers tidslinje?
- › privatbeskeder – fx i messenger?
- › kommentarer til bestemte personer?
- › notifikationer?



Notifikationer

Notifikationer ligger og venter, dvs. den *lagres*

- › Invitation til side
- › Tagging

Eksempler

En Facebook-bruger "synes godt om" en møbelvirksomheds opslag om, at et af virksomhedens kendte produkter senere på året vil blive lanceret i nye farver.

1. Virksomheden vil gerne invitere Facebook-brugeren til at synes godt om virksomhedens side
2. Når de nye farver kan købes i forretningerne eller på virksomhedens webshop, vil virksomheden gerne tage de Facebook-brugere, der reagerede på det tidligere opslag, i et nyt opslag om, at produkterne nu er blevet lanceret.





Med henblik på direkte markedsføring

- › Branding, image- og produktmarkedsføring, fx
 - nyhedsbreve
 - rabatkoder
 - konkurrencer
 - tilbud
 - "forladt kurv"
- › Hvad med "servicemeddelelser"?
 - løbende kundeforhold
 - hvad er formålet? Er der en egeninteresse?

Samtykket

- › Frivillig, specifik, informeret og utvetydig viljestilkendegivelse, dvs.
 - skal beskrive: hvem der kan sende markedsføring, hvilke kontaktformer der kan anvendes og hvad der kan sendes markedsføring om
 - oplysning om at samtykket kan trækkes tilbage
 - aktivt tilvalg – ikke forhåndsafkrydset
 - ikke betingelse for køb – må det være en betingelse for at deltage i en konkurrence?
 - kan det præmieres med en rabatkode?
 - adskilt fra andre vilkår
 - må ikke være "gemt væk"

- › Hvad så med samtykke til notifikationer?
 - Er klik på "synes godt om"-ikonet godt nok?

- › Er standard app samtykket godt nok?

- › HUSK dokumentationspligten!!!

Spam - undtagelsesreglen

§ 10, stk. 2. En erhvervsdrivende, der fra en kunde har modtaget dennes elektroniske adresse i forbindelse med salg af produkter, kan, uanset stk. 1, markedsføre egne tilsvarende produkter til kunden via elektronisk post. Det forudsætter dog, at den erhvervsdrivende giver kunden klar og utvetydig mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til den erhvervsdrivende og ved hver efterfølgende henvendelse.

Fire betingelser

1. modtaget elektronisk adresse (fx e-mail) ifm. salg
2. klart og utvetydigt oplyst om, at virksomheden vil bruge adressen til at sende markedsføring
3. klart og utvetydigt oplyses om mulighed for at sige nej på let og gebyrfri måde – både ifm. afgivelsen og i efterfølgende henvendelser
4. gælder kun markedsføring af egne tilsvarende produkter

Fra ”Stormagasinreglen” – blev ikke vedtaget

den foreslåede stk. 1. Muligheden for at reklamere ved fremsendelse med elektronisk post er desuden begrænset til markedsføring af egne tilsvarende produkter. Den erhvervsdrivende skal, senest på tidspunktet for den erhvervsdrivendes registrering af adressen, specificere over for modtageren, hvad der forstås ved egne tilsvarende produkter. I modsat fald skal begrebet egne tilsvarende produkter fortolkes snævert. Det er en konkret vurdering hvad der skal forstås ved egne tilsvarende produkter. Det afgørende er de forventninger, den erhvervsdrivende har skabt hos forbrugeren i forbindelse med afgivelsen af adressen. Det er ikke afgørende hvad den erhvervsdrivende selv forstår ved begrebet. Begrebet egne tilsvarende produkter er ikke nødvendigvis begrænset til at være produkter, der er identiske med det først

solgte produkt. Tilsvarende produktgrupper, som den erhvervsdrivende selv forhandler, kan således omfattes af undtagelsen i stk. 2, såfremt den erhvervsdrivende har skabt en forventning herom. Har man eksempelvis købt et par bukser i et stormagasin, der sælger mange forskellige typer af varer, og i forbindelse hermed afgivet sin elektroniske adresse, vil den erhvervsdrivende fremover kunne sende reklamer for stormagasinet's øvrige varesortiment med elektronisk post. Dette gælder dog kun, hvis det er oplyst over for kunden på det tidspunkt den elektroniske adresse afgives, at den erhvervsdrivende fremover vil sende markedsføring om stormagasinet's øvrige varesortiment. Hvis den erhvervsdrivende ikke har oplyst noget om dette, skal det fortolkes snævert, hvilke produkter den erhvervsdrivende kan markedsføre elektronisk til forbrugeren.

...til ”Strikkepindsundtagelsen”

4. Tilkendegivelse fra erhvervsministeren

Erhvervsministeren har tilkendegivet følgende:

»Forslag til lov om markedsføring (L 40) blev fremsat den 12. oktober 2016.

Det fremgår af lovforslagets § 10, stk. 2, at en erhvervsdrivende, der fra en kunde har modtaget dennes elektroniske adresse i forbindelse med salg af produkter, kan markedsføre egne tilsvarende produkter til kunden via elektronisk post.

Da det under behandlingen af lovforslaget har været drøftet, hvorledes fortolkningen af begrebet »egne tilsvarende produkter« bør fortolkes, vil jeg gerne præcisere lovforslagets bemærkninger på dette punkt.

Det fremgår af bemærkningerne til lovforslagets § 10, stk. 2, at: »Det er en konkret vurdering, hvad der forstås ved egne tilsvarende produkter«. Det fremgår ligeledes af bemærkningerne til § 10, stk. 2, at: »Begrebet egne tilsvarende produkter er ikke nødvendigvis begrænset til at være produkter, der er identiske med det først solgte produkt. Tilsvarende produktgrupper, som den erhvervsdrivende selv forhandler, kan således omfattes af undtagelsen i stk. 2, såfremt den erhvervsdrivende har skabt en forventning herom«.

Tilsvarende produkter, som den erhvervsdrivende selv forhandler, kan således omfattes af undtagelsen i § 10, stk. 2, jf. lovforslagets bemærkninger. Det betyder f.eks., at når en bilforhandler har solgt en bil til en kunde, vil markedsføring af service og reparation til bilen, hvis det foretages af bilforhandleren selv, være omfattet af bilforhandlerens »egne tilsvarende produkter«. Derimod vil f.eks. syn af bilen foretaget af andre virksomheder, ikke vil være omfattet af bilforhandlerens »egne tilsvarende produkter«.

Et andet eksempel kan være, at hvis en virksomhed har solgt garn til en kunde, vil strikkepinde, hæklepinde, garntasker, strikkeopskrifter og andet tilbehør til strikkesgarn, som virksomheden selv sælger, være »egne tilsvarende produkter«.

Det fremgår videre af bemærkningerne til lovforslagets § 10, stk. 2, at: »Har man eksempelvis købt et par bukser i et stormagasin, der sælger mange forskellige typer af varer, og i forbindelse hermed har afgivet sin elektroniske adresse, vil den erhvervsdrivende fremover kunne sende reklamer for stormagasinet's øvrige varesortiment med elektronisk post.«

Denne sætning i bemærkningerne vil skulle fortolkes således, at stormagasinet kan sende reklamer for deres øvrige varesortiment, men alene inden for samme tilsvarende vare- eller tjenesteydelsesgrupper. Det betyder, at såfremt der er købt beklædning, kan der alene sendes reklamemails vedrørende beklædning, men ikke f.eks. legetøj, og er der købt et møbel, kan der alene sendes reklamemails for møbler, men ikke f.eks. gryder. Stormagasinet kan således sende reklamemails inden for den produktkategori, som forbrugeren har handlet inden for.



Behandling af personoplysninger til markedsføring

Målrettet markedsføring?

FRB.C
FREDERIKSBORG CENTRET

Fashionable summer!
Besøg vores store fashionunivers



KÅRETSOM DANMARKS BEDSTE SHOPPING-CENTER

90 butikker at komme efter

Sunweb

AFBUDS REJSE fra **1499,-**

Bestil nu

COSTUME

MODE▼ SKØN▼ SUND▼ LIVING▼ KULTUR▼ SHOP▼ ABONNER

Få 5 nr. af
COSTUME
+ yogasæt
Kun 199,-

SPAR
949,-

+ 59,- i porto og eksp. i alt 258,-



Sommerens flotteste sandaler under 500 kroner

Det er tid til at lufte tæerne og shoppe sommerens sandaler. Vi har fundet de flotteste på budget, så du kan gå sommeren i møde med stil



Sommerens flotteste sandaler under 500 kroner



Denne overraskende ting gør dig bedre til at være social



Dette ikoniske brand får stort comeback i 2018



Emma Leth er blevet gift – og har fået nyt navn

Sunweb

Hvorfor vente? Bestil din afbudsrejse til Kreta nu



Bestil nu

BOSCH
Invented for life

Nyt køleskab?
► Prøv derhjemme i 100 dage.

100 dage
100% tilfreds

Tid til at renovere køkkenet?
► Test hvidevarerne derhjemme i 100 dage.

100 dage
100% tilfreds

BOSCH
Invented for life

YOGA
by COSTUME

SÅDAN KOMMER DU I GANG
TAG PÅ YOGA FERIE
STOR GUIDE

Sund med yoga

FÅ STORT YOGAMAGASIN

Tilmeld dig vores nyhedsbrev, og få det nyeste inden for sundhed, skønhed, mode, shopping og meget mere. Så kvitterer vi med et stort, inspirerende yogamagasin.

Tilmeld mig nyhedsbrev

[Allerede tilmeldt?](#)

Ja tak, jeg vil gerne modtage Costumes nyhedsbrev med spændende artikler og markedsføring om Costume via e-mail. Du kan til enhver tid afmelde dig igen via afmeld linket [Læs mere](#)

ET TRYK. FLERE STØRRELSER.

Værdi 275 kr
GAVEKORT MED KØBET!

PHILIPS
Senseo Switch
3-i-1 kaffemaskine

KØB HER

ELGIGANTEN

Databeskyttelsesreglerne

- › grundlæggende principper for behandling af personoplysninger
- › kravet om behandlingsgrundlag
- › oplysningspligten
- › indsigelsesretten
- › evt. også særreglen om automatiske afgørelser
- › videregivelse eller brug af personoplysninger om en forbruger til direkte markedsføring af en anden virksomhed

Men virksomheden ved jo ikke (nødvendigvis), hvem modtageren er?



Markedsføringsloven

- › God erhvervsskik? God markedsføringsskik?
- › Direkte markedsføring
 - med elektronisk post
 - med andre midler til fjernkommunikation

Art. 4, nr. 1: "Personoplysninger": Enhver form for information om en identificeret eller identificerbar fysisk person ("den registrerede"); ved identificerbar fysisk person forstås en fysisk person, der direkte eller indirekte kan identificeres, navnlig ved en identifikator som f.eks. et navn, et identifikationsnummer, lokaliseringsdata, en onlineidentifikator eller et eller flere elementer, der er særlige for denne fysiske persons fysiske, fysiologiske, genetiske, psykiske, økonomiske, kulturelle eller sociale identitet

Behandling af personoplysninger om hjemmesidebesøgende

Vejledning

Februar 2020

Vejledning

Samtykke

September 2019

Markedsføring af lån til hasardspillere var ulovlig

05. februar 2020

Forbrugerombudsmanden har vurderet, at Sky Connect ApS overtrådte god markedsføringsskik ved at målrette markedsføringen af sin låneportal "Favoritlån" mod personer, der viste interesse for spil. Sagen er den første, hvor Forbrugerombudsmanden har fundet målrettet markedsføring (targeted advertising) på Facebook ulovlig.

Sky Connect målrettede sine reklamer for "Favoritlån" på Facebook til mænd mellem 28 og 45 år, der har interesser som "online games" og "online poker". Forbrugerombudsmanden har vurderet, at det var en overtrædelse af god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden vurderede, at markedsføringen var uetisk og i strid med almene samfundshensyn og social ansvarlighed.

Overtrædelsen fandt sted fra den 26. september til den 3. oktober 2019, hvor Forbrugerombudsmanden modtog en klage over en reklame for Favoritlån.

Klageren havde på sin Facebook-profil klikket på "hvorforser jeg denne annonce?" og her kunne han se, at den var målrettet mod ham blandt andet, fordi "...Favoritlån gerne vil nå ud til personer, som er interesserede i Onlinespil. Dette er baseret på din aktivitet på Facebook..."

Sky Connect har oplyst til Forbrugerombudsmanden, at virksomheden har ønsket at afprøve de muligheder, Facebook tilbyder inden for målrettet annoncering og "boost" af opslag. Virksomheden var bevidst om, at der i de udvalgte kategorier kunne være personer med udfordringer med spillegæld.

Forbrugerombudsmanden udtalte bl.a., at der med brugen af målrettet markedsføring (targeted advertising) på grundlag af personoplysninger følger et ansvar for, at markedsføringen ikke er i strid med almene samfundshensyn, som social ansvarlighed og etisk adfærd.

Forbrugerombudsmanden gjorde også virksomheden opmærksom på, at det vil være i strid med god skik at markedsføre lån til brug for finansiering af hasardspil, og at lån ydet til brug for hasardspil ikke har gyldighed i dansk ret. Spillegæld kan således ikke inddrives i Danmark.

Hvad betyder databeskyttelsesreglerne egentlig?

Som virksomhed skal man

- › have helt styr på sine processer
- › forstå hvor data kommer fra – og hvor de flyder hen
- › særligt gennemtænke
 - om data behandles på en gennemsigtig måde,
 - hvordan man sørger for at overholde sin oplysningspligt,
 - hvilket behandlingsgrundlag der kan/skal anvendes,
 - hvordan man vil håndtere den registreredes rettigheder

A white, irregularly shaped plate filled with several round chocolate chip cookies. The cookies are golden-brown with visible chocolate chips and some have larger chunks of chocolate. The plate is set against a dark, textured wooden background.

Cookie-reglerne

Cookies kræver samtykke

§ 3. Fysiske eller juridiske personer må ikke lagre oplysninger eller opnå adgang til oplysninger, der allerede er lagret, i en slutbrugers terminaludstyr eller lade tredjepart lagre oplysninger eller opnå adgang til oplysninger, hvis slutbrugeren ikke giver samtykke hertil efter at have modtaget fyldestgørende information om lagringen af eller adgangen til oplysningerne.

- › Teknisk facilitering af indsamlingen af (person)oplysninger – altså selve lagringen af cookien på et device og/eller brugen af et tool som kan læse oplysninger på et device – kræver samtykke
 - Gælder dog ikke teknisk nødvendige cookies, dvs. de cookies der gør at siden fungerer
 - Lagring af tracking-scripts, pixels mv. i app's er også omfattet af cookiereglerne

Samtykkekravene – Planet49

- »1) a) Er der tale om et gyldigt samtykke som omhandlet i artikel 5, stk. 3, og artikel 2, litra f), i direktiv [2002/58][...], sammenholdt med artikel 2, litra h), i direktiv [95/46][...], når lagringen af oplysninger eller adgang til oplysninger, som allerede er lagret på brugerens terminal[udstyr], tillades ved hjælp af et (et forudafkrydset felt)[...], som brugeren skal vælge fra for at nægte [at give] sit samtykke?
- b) Gør det en forskel i forbindelse med anvendelsen af artikel 5, stk. 3, og artikel 2, litra f), i direktiv [2002/58][...], sammenholdt med artikel 2, litra h), i direktiv [95/46][...], om de oplysninger, der lagres eller hentes, er personoplysninger?
- c) Foreligger der under de omstændigheder, der er nævnt i [det første] spørgsmål [...], litra a), [et gyldigt] samtykke som omhandlet i artikel 6, stk. 1, litra a), i [forordning [...]] 2016/679?
- 2) Hvilke oplysninger skal tjenesteudbyderen give brugeren i forbindelse med de klare og fyldestgørende oplysninger, der skal gives i henhold til artikel 5, stk. 3, i direktiv [2002/58][...]? Omfatter disse også cookiernes funktionsvarighed og spørgsmålet om, hvorvidt tredjemand får adgang til cookieerne?»

[Forside](#) / [Vejledninger](#) / bekendtgørelse om krav til information og samtykke ved lagring af eller adgang til oplysninger i slutbrugerens terminaludstyr, "Cookiebekendtgørelsen"



Vejledning om

Bekendtgørelse om krav til information og samtykke ved lagring af eller adgang til oplysninger i slutbrugerens terminaludstyr, "Cookiebekendtgørelsen"

Denne vejledning erstatter den tidligere cookievejledning nr. 9187 af 24. april 2013. Vejledningen har til formål at understøtte reglerne i bekendtgørelse nr. 1148 af 9. december 2011 om krav til information og samtykke ved lagring af eller adgang til oplysninger i slutbrugerens terminaludstyr, "cookiebekendtgørelsen".

Version 3.0 | Seneste opdatering 10. december 2019



Samarbejde med influencere

Skjult reklame

§ 6, stk. 4

“En erhvervsdrivende skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame.”

KORT SAGT: Det skal være tydeligt, at noget er markedsføring/reklame

Omfatter bl.a.:

- › Reklamer i redaktionel tekst eller program
 - Fx artikel i modeblad
- › Product placement i film/TV-udsendelser
- › Markedsføring på blogs og vlogs
- › Affiliatelinks
- › Chatindlæg
- › Produkt-/brandambassadører
- › Sponsorerede programmer på fx YouTube
 - **Eksempel:** Programserie på YouTube med to værter kendt fra tv og radio, som kører rundt i Danmark. Programmet er betalt af en bilproducent og værterne kører bl.a. rundt i flere af bilproducentens modeller

Lovbemærkningerne

For at forholdet omfattes af bestemmelsen er det et krav, at den erhvervsdrivende har en kommerciel hensigt med den pågældende handelspraksis. Der stilles derimod ikke krav om, at der skal foreligge en egentlig aftale, før der kan være tale om kommerciel hensigt mellem den erhvervsdrivende og den, der forestår markedsføringen. Hvis der er indgået en aftale om promovering af et produkt, vil der dog altid være en kommerciel hensigt. Det forhold, at en erhvervsdrivende giver en gave eller stiller en vare til rådighed for andre, f.eks. for en blogger eller andre der optræder i medierne, uden at modtageren dog forpligtes til at bruge produktet på en bestemt måde, kan ud fra en konkret vurdering indikere tilstedeværelsen af en kommerciel hensigt.

Bestemmelsen stiller krav om, at den kommercielle hensigt skal oplyses tydeligt, medmindre den allerede fremgår tydeligt af sammenhængen. Særligt på de sociale medier kan personlige holdninger og kommercielle budskaber flyde sammen, og det kan derfor være svært for forbrugerne at gennemskue, hvornår der er tale om personlige holdninger, og hvornår der er tale om kommercielle hensigter. Det er overladt til den erhvervsdrivende at beslutte, hvordan den kommercielle hensigt oplyses, så længe det fremgår tydeligt.

2 Det vil sige, at det skal ske på en måde, så modtageren bli-

ver gjort opmærksom på, at her er en kommerciel hensigt. Det kan f.eks. ske ved, at den erhvervsdrivende direkte oplyser om den kommercielle hensigt ved at artikler i blade og aviser, som reelt er reklamer for specifikke produkter, tydeligt markeres som reklame.

Bestemmelsen er efter omstændighederne ikke til hinder for, at en erhvervsdrivende benytter den særlige reklameform, der kaldes teasere. Det vil sige en reklameform, hvor det ikke umiddelbart afsløres, at et billede eller et objekt i det offentlige rum er et led i en reklamekampagne.

Forpligtelsen til at sørge for, at den kommercielle hensigt er oplyst, påhviler den erhvervsdrivende, som er ansvarlig for den pågældende handelspraksis.

Hvis en erhvervsdrivende f.eks. betaler en privatperson eller giver privatpersonen andre fordele for at omtale eller på anden måde markedsføre den erhvervsdrivendes produkter, skal den erhvervsdrivende sikre, at det klart fremgår, at der er tale om markedsføring, eller at personen har modtaget betaling eller andre fordele for at omtale produktet. Har den erhvervsdrivende gjort, hvad der var muligt for at sikre sig, at den kommercielle hensigt er oplyst, men er det på trods heraf ikke sket, vil den erhvervsdrivende som udgangspunkt ikke være ansvarlig.

TYDELIG oplysning?

FO lægger bl.a. vægt på:

- › hvilke ord der er brugt, fx "reklame",
- › hvor oplysningen er placeret – man skal kunne se, at det er en reklame, inden man vælger at læse eller se reklamen,
- › om det står med en tydelig skriftstørrelse og -farve.

Det må ikke være nødvendigt at skulle søge eller "scrolle" ned i en omtale for at finde ud af, at det er reklame. Reklamemarkeringen skal være iøjefaldende fra starten.

- › "Annonce" nederst i højre hjørne?
- › Krav om samme skriftstørrelse som overskrift?
- › #reklame eller #annonce?
- › Instagrams standardmarkering: "Betalt partnerskab med [virksomhedens navn]"

TYDELIG oplysning

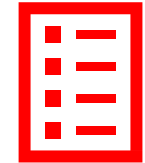
Tilstrækkelig markering



- › "Reklame"
- › "Annonce"
- › "Advertisement" eller "Commercial promotion" (kun ift. opslag på engelsk)
- › "Dette opslag/indlæg/artikel er betalt af..."

Det skal også være tydeligt, hvilken virksomhed/produkt, der markedsføres

Utilstrækkelig markering



- › "I samarbejde med..."
- › "Sponsoreret"
- › "@[virksomhedens navn]"
- › "Ad"
- › "Advertorial"

Tydelig oplysning

INSTAGRAM/FACEBOOK

- › Ovenover, henover eller lige under billede (skal stå allerførst i teksten)
- › ikke hashtag eller tagging, fx #reklame eller @[virksomhedens navn]
- › Hvis opslaget promoverer en video med reklame, fx på Youtube, skal opslaget (også) tydeligt markeres som reklame.
- › Stories: Henover billedet/videoen

YOUTUBE

- › I overskriften eller teksten til videoen og i begyndelsen af videoen ved at skrive "Reklame"/"Annonce"
- › Hvis videoen deles/promoveres på andre platforme, fx Facebook og Instagram, skal disse opslag (også) tydeligt markeres som reklame.

SNAPCHAT

- › Henover snappen (gælder alle snaps i story/sammenhæng)

BLOGS

- › Øverst i tekst eller henover/i forlængelse af overskrift

AFFILIATELINKS

- › Henover/foran link.

LINKEDIN

- › Opslag fra virksomheden: Ingen markering nødvendig
- › Opslag fra medarbejdere: Hvis ansættelsesforhold fremgår, er ingen yderligere markering nødvendig.

Ansvaret

- › Virksomhedens ansvar
- › evt. medvirkensansvar for influencer og/eller medie bureau
- › Hvad skal virksomheden gøre?
 - Gaver
 - Samarbejdsaftale med influencer/Kontrakt med medie bureau
 - Stikprøver?
 - Handlepligt?
 - Dokumentation

A lightbox sign with three rows of text is placed on a wooden desk. The sign is illuminated from within, casting a soft glow. The text on the sign is 'YOU GOT THIS' in a bold, sans-serif font. In the background, a laptop is visible, and a window with greenery outside is partially seen.

YOU
GOT
THIS

Tak for i dag

Heidi Lindberg Andersen

h@ligalaw.dk

+45 53 52 00 58