


Vi jobber for et enkler og tryggere samfunn for forbrukerne





Påvirkere (også kalt «influenser» eller «influencer») er personer med evne til å påvirke og sette trender og som har sin egen (profesjonelle og kommersielle) kanal i sosiale medier.

Terskelen for hva som utgjør en «kommersiell» kanal er lav. Det er tilstrekkelig at påvirkeren bedriver markedsføring på vegne av en næringsdrivende på sin konto eller publiserer egenreklame.

Hva er en “påvirker”?

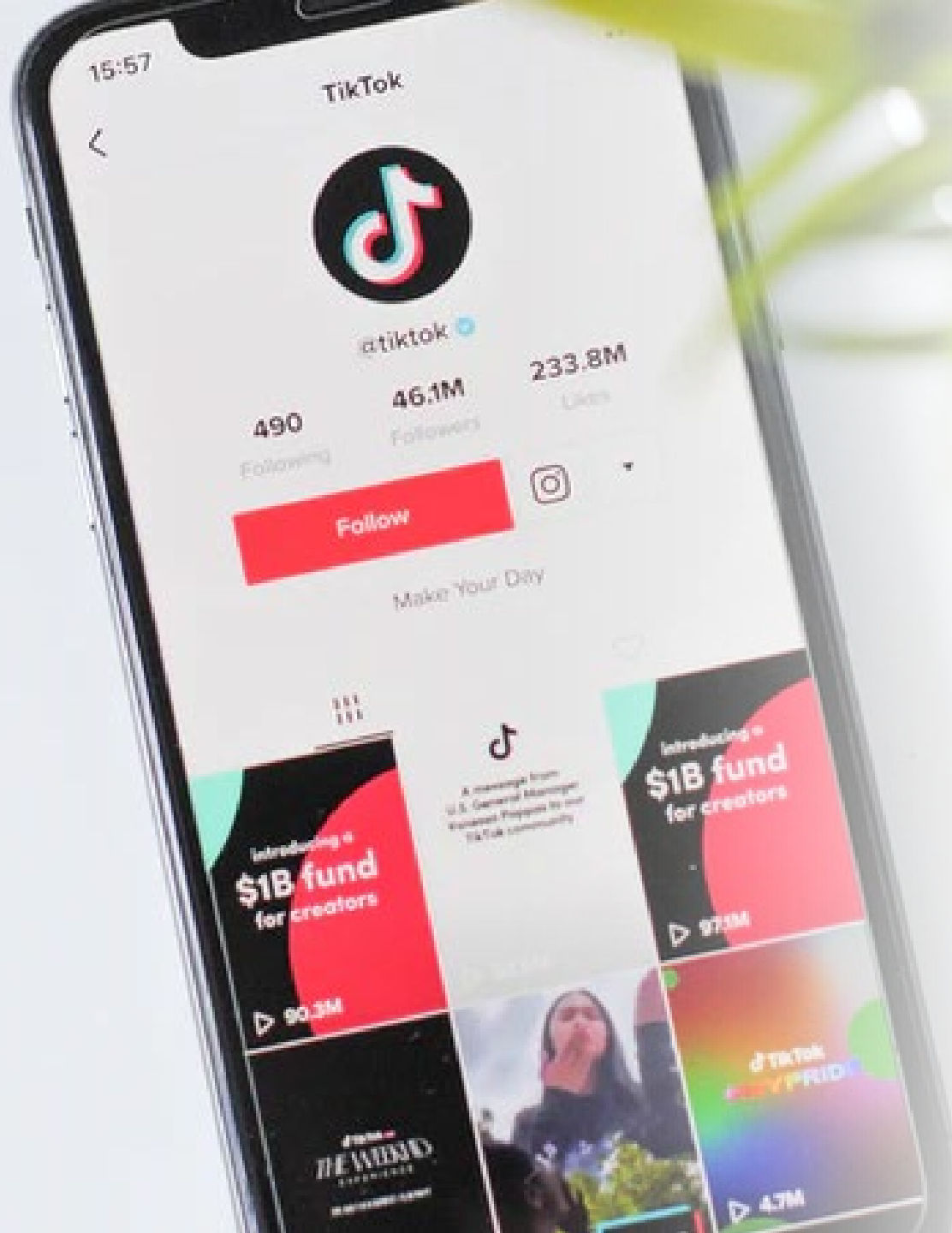
Skjult reklame er **forbudt**

- Reklame skal **tydelig** fremstå som reklame - også på sosiale medier.
- Utfordring: sammenblanding av innhold
- Derfor krav om tydelig merking



Hva regnes som reklame?

Alt som kan fremme en næringsdrivendes salg av et produkt eller en tjeneste, og som du legger ut fordi du får **betalt for det** eller får **andre fordeler** ved å gjøre det



Eksempler

- Du får betalt for å legge ut noe om et produkt, en tjeneste eller en næringsdrivende
- Du får låne noe, får ting gratis, får delta på arrangementer eller reiser, eller får gratis tjenester eller rabatter, mot en forventning om eksponering
- Ambassadør-samarbeid
- Konkurranser/ «giveaways» for næringsdrivende
- Annonse lenker/vervelenker som gir betalt per klikk eller kjøp
- Egenreklame er også omfattet

Hvordan merke innleggene – dos and don'ts

Bruk «reklame» eller «annonse»

Sørg for at merkingen er blikkfanget i innlegget på
alle plattformer som innlegget postes

Ikke

plasser merkingen i hjørnet så den havner bak andre
funksjoner, f eks brukernavnet

bruk en farge som går i ett med bakgrunnen

bruk så liten skriftstørrelse at merkingen ikke får
noen funksjon



Skjermdump Instagram stories

Hvem er ansvarlig?

Annonsøren er hovedansvarlig

Påvirker kan holdes ansvarlig som medvirker til lovbrudd

Det samme gjelder nettverk, plattformer, reklamebyråer og andre «mellommenn»





Finfluenser: Må jeg opplyse om risiko?



JA

Forbud mot villedende markedsføring



Risiko

= en av hovedegenskapene ved investeringer

(aksjer, fond, kryptovaluta mv.)

Ikke opplysning om risiko

= som hovedregel villedende markedsføring

For deg som er sulten på å skape suksess med business online!

"Se hvordan DU kan bygge opp en online business og tjene over 100.000,- per måned - uten utdanning, startkapital eller børsen"

Skal du reklamere for kurs?

Må ikke være villedende

Ikke lov mer enn kurset kan holde

Pris og viktige begrensninger i kurset må med

- eksempelvis kompetansen til den som holder kurset

Skal du reklamere for boliglån, forbrukslån eller refinansiering?

Da markedsfører du kreditt

Som for alt annet: Må ikke være villedende

I tillegg særlige og strenge krav

Kredittkostnader må fremheves

– krav om representativt priseksempel

- Tydelig og fremhevet, ikke bortgjemt
- Ikke ett klikk unna e.l.
- Må se ved første øyekast ved innlegg på Instagram, Snapchat osv.



Forbrukslån og refinansiering – **forbud** mot å fremheve dette mer enn priseksempel:

- ~~Rask utbetaling~~
- ~~Raskt svar~~
- ~~Enkelt å få kreditt~~
- ~~Enkel søknadsprosess~~

Spørsmål?

post@forbrukertilsynet.no

