

Udvalg om børn, unge og markedsføring

Baggrund

Det fremgår af regeringsgrundlaget, at ”regeringen vil nedsætte et bredt sammensat udvalg, som skal analysere mulighederne for at styrke forbrugerbeskyttelsen for børn og unge under 18 år”. Dette fremgår også af regeringens forbrugerpolitiske eftersyn ”Trygge forbrugere, aktive valg” (august 2012).

Børn og unge er storforbrugere af medier og nye teknologier, og er hver dag udsat for markedsføring, kampagner og reklamer på forskellige platforme.

Der eksisterer allerede i dag en regulering af reklamer rettet mod børn og unge. Ifølge markedsføringsloven skal de erhvervsdrivende tage særligt hensyn i de tilfælde, hvor deres markedsføring direkte er rettet mod børn og unge. Baggrunden for reguleringen er, at børn og unge mangler erfaring og kritisk sans og let påvirkes af markedsføring og reklame. De erhvervsdrivende skal derfor udvise særlig agtpågivenhed ved markedsføring rettet mod børn og unge.

Børn og unge bliver imidlertid også eksponeret for reklamer via medier - fx på TV og internettet - der retter sig mod voksne. Det er en udfordring i forhold til forbrugerbeskyttelsen af børn og unge, da reklamer, som ikke er rettet mod børn og unge, ikke skal iagttage ovennævnte særlige hensyn.

Markedsføring og den øgede brug af internet og mobiltelefoner rejser derfor en række spørgsmål om, hvorvidt den eksisterende forbrugerbeskyttelse af børn og unge er tilstrækkelig, eller om der er behov for tiltag, som kan styrke den.

Der er samtidig behov for at vurdere, om der, i lyset af de initiativer, der allerede er taget i regi af blandt andet Penge- og Pensionspanelet, skal ske en yderligere indsats i forhold til den finansielle forståelse hos børn og unge. Det er vigtigt, at børn og unge er i stand til at forholde sig fornuftigt og kritisk over for den markedsføring, de mødes med.

Det er i sidste ende forældrene, der har ansvaret for deres børn under 18 år, også når det gælder økonomiske anliggender. Børn og unge under 18 år kan dog i en række tilfælde gyldigt indgå aftaler og bruge deres egne penge. Dog kan der – uanset om en aftale skal betragtes som gyldig eller ej – være behov for at tage højde for, at børn er lettere at påvirke og ikke altid har den erfaring, der kræves for at gennemskue mere komplicerede

købssituationer. Det kan stille både unge og deres forældre i uheldige situationer.

Som led i udvalgsarbejdet skal der tilvejebringes ny viden på området.

Udvalgets opgaver

På ovennævnte baggrund nedsætter erhvervs- og vækstministeren et ekspertudvalg, der skal se nærmere på behovet for nye tiltag til beskyttelse af børn og unge i forhold til markedsføring og i forhold til deres køb og forbrug.

Udvalget skal behandle emnerne:

- Reklamer rettet mod børn og unge
- Børn og unges brug af internettet og mobiltelefoner
- Børn og unges vilkår som forbrugere, herunder den finansielle forbrugerforståelse

Udvalget skal på baggrund heraf komme med anbefalinger i forhold til:

- Behovet for at styrke gældende regler eller indføre nye regler vedrørende dels markedsføring rettet mod børn og unge, dels børn og unges forbrug. I denne forbindelse skal relevant EU-retlig og anden international regulering, som sætter begrænsninger for national lovgivning, samtidig belyses.
- Behovet for at styrke eksisterende retningslinjer og vejledninger fra Forbrugerombudsmanden og evt. behov for udarbejdelse af nye.
- Yderligere tiltag, fx analyser og informations- og undervisningsindsats, som vil kunne danne grundlag for en forbedret forbrugerbeskyttelse af børn og unge.

Udmøntning af eventuelle nye offentlige initiativer forudsættes at ske inden for ministeriernes økonomiske rammer.

Sammensætning af udvalget

Udvalget består af følgende medlemmer, som erhvervs- og vækstministeren udpeger på baggrund af deres personlige kvalifikationer på området. Medlemmerne skal have erhvervmæssig indsigt og kompetencer inden for forbrugerlov, børn og unges adfærd, reklamers effekt, umyndiges brug af mobiltelefoner og betalingstjenester, markedsføring af finansielle produkter, internetbaserede medier samt kendskab til udenlandske erfaringer på området. Medlemmernes viden og kompetencer skal være såvel praktiske som forskningsmæssige. Justitsministeriet, Ministeriet for Børn og Undervisning, Kulturministeriet og Erhvervs- og Vækstministeriet er ligeledes repræsenteret i udvalget med hver et medlem.

Udvalget sammensættes af de følgende personer:

- Cand. polit. Agnete Gersing. Direktør i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (Formand for udvalget)

- Ph.d. cand. mag. i retorik Lars Pynt Andersen. Lektor ved Syddansk Universitet
- Cand. scient. pol. Katrine Ring Andreassen. Kontorchef i Erhvervs- og Vækstministeriet
- Cand. scient. pol. Lars M. Banke. Kontorchef i Kulturministeriet.
- Cand. jur. Jeanne Blyt. Kontorchef i Finansrådet
- Cand. jur. Tina Bøggild. Politisk chef i Kreativitet & Kommunikation
- Cand. scient. pol. Lotte Groth-Andersen. Kontorchef i Ministeriet for børn og Undervisning
- Cand. jur. Benedicte Havskov Hansen. Kontorchef ved Forbrugerombudsmanden
- Dr. jur. Caroline Heide-Jørgensen. Professor ved Københavns Universitet
- Cand. jur. Ulla Lyk Jensen. Chefkonsulent i DI
- Ph.d. Carsten Jessen. Lektor ved Aarhus Universitet
- Cand. jur. Martin Jørgensen. Advokat i Dansk Erhverv
- Cand. jur. Tina Dhanda Kalsi. Seniorjurist i Forbrugerrådet
- Cand. jur. Christina Moshøj. Seniorkonsulent i Danske Medier
- Cand. soc. Jens Christian Nielsen, Lektor ved Danmarks Pædagogiske Universitet
- Cand. jur. Nicholas Rahui Webster Rømer. Fuldmægtig i Justitsministeriet
- Cand. psych. Kuno Sørensen. Red Barnet

Sekretariatsfunktionen varetages af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Erhvervs- og Vækstministeriet. Udvalget kan inddrage relevante myndigheder, interessenter og brancheorganisationer i deres overvejelser. Der vil endvidere under udvalget blive nedsat en referencegruppe bestående af børn og unge.

Tidshorizont

Udvalget skal afgive en statusrapport for arbejdet inden udgangen af oktober 2013 og afrapportere endeligt til erhvervs- og vækstministeren inden udgangen af juni 2014.