



**Vägledning om marknadsföring i
bloggar och andra sociala medier**

Vägledning om marknadsföring i bloggar och andra sociala medier

Konsumentverket 2015

Ansvariga handläggare: Axel Frick och Otto Johansson Hansson

Foto: Shutterstock

Innehållsförteckning

Inledning.....	4
1 Några sammanfattande punkter	5
2 Marknadsföringslagen och bloggar	6
3 För vem gäller marknadsföringslagen?	6
4 Förbud mot dold marknadsföring	7
5 Annonsmärkning av inlägg.....	7
6 Marknadsföring till barn och unga.....	8
7 Marknadsföring kan förbjudas	8
8 Övrig information	9

Inledning

Den här vägledningen vänder sig till den som marknadsför ett företags verksamhet eller produkter på sina bloggar eller i andra sociala medier, till exempel Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat eller Youtube.

Att mot ersättning göra reklam för ett företag eller dess varor och tjänster räknas som marknadsföring och omfattas därför av marknadsföringslagens bestämmelser.

Enligt marknadsföringslagen ska all marknadsföring utformas så att det tydligt framgår att det rör sig om marknadsföring och vem som står bakom den. För till exempel en bloggare är det därför viktigt att skilja på de inlägg som är marknadsföring och övriga blogginlägg.

Den som gör reklam för egna eller andras varor och tjänster är skyldig att känna till de regler som gäller. Samma regler gäller oavsett kanal. Om man inte följer reglerna bryter man mot marknadsföringslagen.

I arbetet med vägledningen har bloggare och representanter för företag som arbetar med bloggare fått möjlighet att komma med synpunkter på vägledningen.

I vägledningen används begreppen ”bör” och ”ska”. Vid användning av begreppet ”bör” handlar det om en rekommendation och vid användning av begreppet ”ska” framgår kravet av marknadsföringslagen.

1 Några sammanfattande punkter

- All marknadsföring omfattas av marknadsföringslagens bestämmelser.
- En grundläggande regel i marknadsföringslagen är att mottagaren av marknadsföring genast och enkelt ska kunna identifiera den som just marknadsföring. Det ska även tydligt framgå vem som står bakom marknadsföringen, alltså vilket företag som marknadsför, eller får sin verksamhet eller sina produkter marknadsförda.
- Om man får betalt, eller på annat sätt ersätts, för att lyfta fram ett företags verksamhet eller produkter ska inlägget tydligt markeras som marknadsföring. Detta för att det inte ska förväxlas med övrigt innehåll.
- Man ska vara särskilt försiktig med reklam till barn. Det är förbjudet att uppmana barn att köpa något.
- Marknadsföring som inte följer lagens krav kan förbjudas. Om man bryter mot ett sådant förbud kan man bli dömd av domstol att betala vite (ett visst penningbelopp).

2 Marknadsföringslagen och bloggar

Marknadsföringslagen gäller vid all marknadsföring oavsett vilka medier man använder. Det finns inget förbud mot att skriva om en produkt man tycker om och vill rekommendera till andra eller om ett företag som man anlitat och är nöjd med. Om en bloggare däremot får ersättning för att skriva om ett företags verksamhet eller produkter är det marknadsföring och då gäller marknadsföringslagens regler. Det har ingen betydelse om företaget kontaktar bloggaren eller tvärtom.

Ersättning från företaget som vill att bloggaren ska marknadsföra företagets verksamhet eller produkter kan bestå av:

- Pengar
- En vara, exempelvis ett klädesplagg
- En tjänst, exempelvis ett frisörbesök
- Någon annan kompensation

Om marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen skyddar människor mot vilseledande, aggressiv och annan otillåten marknadsföring. Den ställer bland annat krav på att marknadsföring inte ska påverka människors förmåga att fatta ett välgrundat köpbeslut. Med marknadsföring menas alla de aktiviteter ett företag gör för att nå ut med sina varor eller tjänster på marknaden.

[Klicka här om du vill läsa mer om marknadsföringslagen.](#)

3 För vem gäller marknadsföringslagen?

Det är inte bara det företag som i slutändan säljer en produkt som ansvarar för marknadsföringen enligt marknadsföringslagen. Även en bloggare som marknadsför en produkt för ett företags räkning omfattas av lagens bestämmelser, oavsett om det är bloggaren som säljer produkten eller inte.

Ansvariga för marknadsföring enligt marknadsföringslagen är:

- Ett företag som står bakom marknadsföringen
- En anställd på det företag som står bakom marknadsföringen
- Någon annan som marknadsför en produkt för företagets räkning, till exempel en bloggare
- Andra som väsentligt har bidragit till marknadsföringen

4 Förbud mot dold marknadsföring

En läsare av en blogg eller annat inlägg i andra sociala medier ska genast och enkelt kunna identifiera om inlägget är marknadsföring. Läsaren ska inte vilseledas att tro att ett inlägg som innehåller marknadsföring är ett vanligt blogginlägg. Det är alltså inte tillräckligt att läsaren kan ana och så småningom förstå att ett inlägg eller en del av ett inlägg är marknadsföring.

Det är viktigt att all marknadsföring utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring. Det ska också tydligt framgå vem som står bakom den aktuella marknadsföringen, alltså om det är bloggaren själv eller ett annat företag som säljer produkten.

5 Annonsmärkning av inlägg

Det går inte att säga exakt hur en annonsmärkning ska se ut. Det viktiga är att det för läsaren av bloggen genast framgår när ett inlägg utgör marknadsföring. Eftersom läsaren omedelbart ska kunna förstå att det är fråga om marknadsföring – även vid en flyktig läsning – räcker det inte att i slutet av inlägget informera om att inlägget i själva verket är marknadsföring.

Inlägget ska också innehålla en tydlig uppgift om att det är företaget och inte bloggaren som står bakom marknadsföringen.

Det är upp till dem som ansvarar för marknadsföringen att säkerställa att det så tydligt som möjligt framgår att det rör sig om marknadsföring.

I det fall en bloggare är osäker på om ett inlägg utgör marknadsföring bör bloggaren annonsmarkera inlägget.

Tänk på att tydliga annonsmarkeringar också kan stärka förtroendet för din blogg!

Några förslag på märkning:

- Märk inlägget med "**Annons**" eller "**Reklam**" i början och i slutet
- Uppmärksamma läsaren på att det rör sig om marknadsföring i rubriken och i början av inlägget
- Använd ett annat **typsnitt** eller en annan färgsättning, exempelvis **bakgrundsfärg**, än i andra inlägg
- Märk inlägget med #Reklam eller #Annons och #Företagets namn

6 Marknadsföring till barn och unga

Barn och unga har inte samma förmåga som vuxna att kritiskt granska marknadsföring. De är därför extra mottagliga och därmed även extra utsatta. Därför är det viktigt att som bloggare reflektera över vilka läsare bloggen vänder sig till och vilka som annars kan antas följa bloggen.

Om marknadsföring riktar sig mot barn görs bedömningen av marknadsföringen utifrån hur den uppfattas av ett barn. Därför ställs det särskilda krav på att det tydligt framgår för just ett barn att det är fråga om marknadsföring.

Att i ett blogginlägg direkt uppmana barn att köpa eller att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa de marknadsförda produkterna åt dem är strikt förbjudet enligt lag.

Generellt bör en bloggare som har en läsarkrets som består helt eller delvis av barn och unga ta hänsyn till att barn och unga är en särskilt utsatt grupp. Detsamma gäller när det är troligt att ett blogginlägg som innehåller marknadsföring kan väcka intresse hos denna målgrupp.

Läs mer om marknadsföring till barn och unga

[Vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga](#)

7 Marknadsföring kan förbjudas

Konsumentombudsmannen och Marknadsdomstolen kan förbjuda företag och personer att fortsätta med marknadsföring som bryter mot lagen.

Om man bryter mot ett sådant förbud kan man bli dömd av domstol att betala vite, det vill säga ett visst penningbelopp.

8 Övrig information

- För dig som vill läsa mer om marknadsföringslagen
<http://www.konsumentverket.se/Foretag/Marknadsforing/>
- ICC:s Regler för Reklam och Marknadskommunikation
http://www.icc.se/reklam/svenska/marknadsforingskoden_swe_2011.pdf
- De nordiska konsumentombudsmännens ståndpunkt om marknadsföring i sociala medier
http://www.konsumentverket.se/Global/Konsumentverket.se/Best%C3%A4lla%20och%20ladda%20ner/V%C3%A4gledning/Dokument/KOV_vagledning_nordisk%20standpunkt_sociala_medier.pdf
- Vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga
<http://www.konsumentverket.se/Global/Konsumentverket.se/Best%c3%a4lla%20och%20ladda%20ner/V%c3%a4gledning/Dokument/vagledning-om-marknadsforing-riktad-till-barn-och-unga.pdf>
- Sveriges Annonssörers Rekommendation för arbete med bloggare
http://www.annons.se/system/files/bloggrekommendationen_2015_o.pdf
- Skatteverkets information om försäljning av varor via bloggen
<http://www.skatteverket.se/privat/skatter/arbeteinkomst/inkomster/internet/blogg.4.2132aba31199fa6713e800017239.html?q=blogg>

