



Skriftlig fremsættelse 2. oktober 2024

Karina Lorentzen Dehnhardt (SF):

Herved tillader jeg mig for Folketinget at fremsætte:

Forslag til lov om ændring af lov om markedsføring (Indførelse af mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder og reklamefilm)

(Lovforslag nr. L 26)

Lovforslaget er en delvis genfremsættelse af den tidligere regerings (Socialdemokratiet) lovforslag nr. L 14, folketingsåret 2022-23, 1. samling, forslag til lov om ændring af lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere og lov om markedsføring. Lovforslaget blev den 29. marts 2023 genfremsat af regeringen (Socialdemokratiet, Venstre og Moderaterne) som lovforslag nr. L 89, forslag til lov om ændring af lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere og lov om markedsføring, men uden den del, der omhandlede en obligatorisk mærkningspligt for erhvervsdrivende, der i deres handelspraksis anvender retoucherede reklamebilleder eller reklamefilm, der ændrer en persons kroppsfacon, størrelse eller hud og dermed kan bidrage til kropspres.

Med dette lovforslag genfremsætter SF den del, der vedrører en obligatorisk mærkningspligt i lov om markedsføring. Det er nødvendigt, fordi sociale medier spiller en væsentlig rolle for unges trivsel. Det fremgår bl.a. af en rapport fra Børns Vilkår fra juni 2020, hvor det bl.a. fremgår, at 38 pct. af alle piger i 9. klasse redigerer billeder af sig selv, inden de lægger dem på de sociale medier, og at næsten 1.900 samtaler på BørneTelefonen i 2019 blev registreret

under emnet krop og/eller udseende («Krop, køn og digital adfærd», Børns Vilkår og TrygFonden, juni 2020). Pigerne beskriver et pres for at skulle se perfekte ud. Det er et pres, som flere af dem mener kommer fra de mange foto-shoppede og retoucherede billeder, der flourer på sociale medier. Det kan påvirke trivslen for unge.

Det kan bidrage til kropspres og fremkalde mindreværdfølelse og dårligt selvværd, hvilket kan påvirke deres livskvalitet, når især børn og unge udsættes for normskabende og urealistiske fremstillinger af kroppen, der ikke har noget med virkeligheden at gøre. Derfor fremsætter SF forslaget om en obligatorisk mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder og reklamefilm, der kan være med til at skabe gennemsigtighed omkring brugen af retoucheret reklame og bidrage til at bevidstgøre forbrugerne om, at fremstillingen af personer i reklamen afviger fra, hvordan personer ser ud i virkeligheden.

Dette lovforslag indeholder derfor forslag til ændringer af markedsføringsloven om indførelse af en obligatorisk mærkningspligt for erhvervsdrivende, der i deres handelspraksis anvender retoucherede reklamebilleder eller reklamefilm, der ændrer en persons kroppsfacon, størrelse eller hud og dermed kan bidrage til kropspres. Lovforslaget gengiver i det store hele de dele af det oprindelige lovforslag, der omhandlede dette emne.

Idet jeg i øvrigt henviser til lovforslaget og de ledsagende bemærkninger, skal jeg hermed anbefale lovforslaget til Det Høje Tings velvillige behandling.