



Holbergsgade 6
DK-1057 København K

T +45 7226 9000
F +45 7226 9001
M sum@sum.dk
W sum.dk

Folketingets Erhvervsudvalg

Dato: 30-01-2020
Enhed: SUNDJUR
Sagsbeh.: DEPCBO
Sagsnr.: 2000362
Dok. nr.: 1090701

Folketingets Erhvervsudvalg har den 7. januar 2020 stillet følgende spørgsmål nr. 64 (Alm. del) til sundheds- og ældreministeren, som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Theresa Berg Andersen (SF).

Spørgsmål nr. 64:

”Vil ministeren kommentere den norske model for et forbud mod markedsføring af plastikkirurgi rettet mod børn og unge gennem influencers brug af sociale medier og herunder redegøre for regeringens holdning til at indføre en lignende regulering i Danmark. Der henvises vedr. den norske model til artiklen: ” Nå kan du klage inn influencer-reklame som dette”, kampanje.com, den 1. oktober 2019 <https://kampanje.com/markedsforing/2019/10/na-kan-denne-influencer-reklamen-klages-inn/>”

Svar:

Det er helt afgørende, at børn og unge beskyttes fra negativ påvirkning af markedsføring af kosmetisk kirurgi gennem influencers.

Influencers er forbilleder for mange børn og unge, og influencers har et stort ansvar for, at deres følgere ikke får en negativ opfattelse af deres egne kroppe eller et dårligt selvværd.

I lovgivningen er der taget hensyn til, at børn og unge er særligt påvirkelige over for markedsføring, og markedsføring af sundhedsydelser rettet mod børn og unge må ikke udnytte deres *godtroenhed* eller *mangel på erfaring*.

Vi befinder os imidlertid i en relativ ny situation i forhold til markedsføring af kosmetisk kirurgi gennem influencers, og Styrelsen for Patientsikkerhed er ved at afdække, om de nuværende regler er tilstrækkelige.

Hvis dette ikke er tilfældet, er jeg parat til at se nærmere på, om reglerne skal ændres.

Med venlig hilsen

Magnus Heunicke / Charlotte Beierholm Olsen