



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

05. januar 2022

Besvarelse af spørgsmål 111 alm. del stillet af udvalget den 13. december 2021 efter ønske fra Karina Lorentzen Dehnhardt (SF).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

I Ingeniørforeningens rapport ”Onlinespil gambler med børns data” fra marts 2021 fremhæves det, hvordan digitale tjenester, herunder online spil helt rutinemæssigt implementerer adfærdsmanipulerende designfeatures. Bør der ikke altid være en klar beskyttelse mod, at børn blive manipuleret af online spil og digitale tjenester? Hvordan vil ministeren sikre den beskyttelse?

Tlf. 33 92 33 50
Fax. 33 12 37 78
CVR-nr. 10092485
EAN nr. 579800026001
em@em.dk
www.em.dk

Svar:

Ingeniørforeningens rapport peger på en række interessante områder og berører en problemstilling, som ligger regeringen meget på sinde. Helt overordnet er det for mig vigtigt, at vi får kigget på området og identificeret, hvor og hvordan vi bedst kan beskytte vores børn og unge. Samtidig er det vigtigt, at vi får identificeret og afgrænset de adfærdsdesign, som har en negativ effekt, så det ikke bliver en diskussion om at være for eller imod adfærdsdesign.

Regeringen har selv benyttet sig af adfærdsdesign til at afprøve mere hensigtsmæssige løsninger i et stort adfærdsforsøg om børns forståelse af reklamer på sociale medier. Det er et eksempel på, at bruge designet til at påvirke børnene på en hensigtsmæssig måde, så deres kritiske sans i højere grad aktiveres, når de eksponeres for reklamer på sociale medier.

Når det kommer til brugen af adfærdsdesign, er det vigtigt, at vi sætter ind, hvor vi ved, det har en negativ effekt for vores børn og unge. Det er bl.a. det regeringen gør med sit arbejde for en standardiseret markering af brugergenereret markedsføring på sociale medier.

Regeringens to udspil ”Tech-giganter: mere retfærdig konkurrence og bedre forbrugerbeskyttelse” og ”Sociale mediers ansvar – skærpede krav til sociale medier og digital dannelse af børn og ung” har begge netop til formål, at tech-giganterne og de sociale medier skal tage et langt større ansvar for deres platforme og i højere grad underlægges demokratisk kontrol.

Begge udspil understøtter også målet om, at vi passer bedre på vores børn online. Det afspejler sig blandt andet i en række målrettede initiativer, som skal beskytte børn og unge på sociale medier. Det handler blandt andet om skærpede krav til markedsføring rettet mod børn og unge og skærpede krav til anvendelse af børn til markedsføring på sociale medier.

I europæisk regi arbejder regeringen med at beskytte børn mod målrettet brug af uhensigtsmæssigt adfærdsdesign, hvilket bl.a. kommer til udtryk ved at arbejde for en standardiseret reklamemarkering på digitale platforme. Derudover kan jeg nævne, at vi i Tech-udspillet har igangsat en stor analyse af, hvordan forbrugerne generelt påvirkes af indbyggede presalgsteknikker, som uden deres viden påvirker forbrugerne, som eksempelvis tidspres, information om begrænsede mængder tilgængeligt og lignende.

Dette er et løbende indsatsområde for regeringen. Tech-dagsordenen rummer mange forskelligartede problematikker og dilemmaer og vedrører flere politikområder. Derfor har regeringen nedsat en tværministeriet taskforce, der løbende skal drøfte og følge op på regeringens indsats over for tech-giganterne.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup