

Ændringsforslag

til

lov om ændring af lov markedsføring

(Gennemførelse af ændringer i direktivet om urimelig handelspraksis og indførelse af regler om handelspraksis rettet mod børn og unge samt ny bødemodel m.v. (L 13)

Til § 1

Af et mindretal (SF)

1) Nr. 13 affattes således:

»13. I § 11 indsættes som stk. 3-7:

Stk. 3. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke udøves på eller via profiler på sociale medier, der tilhører eller fremstår som tilhørende børn og unge under 15 år. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år på sociale medier må heller ikke i øvrigt anvende børn og unge under 15 år, medmindre anvendelsen indgår i en naturlig sammenhæng for at illustrere eller vise et produkt.

Stk. 4. Erhvervsdrivende må ikke markedsføre it-produkter, der indeholder adfærdsdesign målrettet børn og unge under 18 år.

Stk. 5. Erhvervsdrivende, der markedsfører sig på internettet, som børn og unge under 18 år bruger eller potentielt bruger, skal foretage effektive aldersverificeringer, så det sikres, at børn og unge under 18 år ikke udsættes for voldeligt indhold, selvskadebilleder og børneporno.

Stk. 6. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år, må kun ske, såfremt datasamlende informationer er slået fra, så det kræver en aktiv tilmelding og ikke en framelding.

Stk. 7. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om, hvilke produkter der er omfattet af stk. 2.««

[Indførelse af regler om digital beskyttelse af børn og unge under 18 år]

Til nr. 1

Med ændringsforslaget indsættes tre nye stykker i den i lovforslagets nr. 13 foreslåede ændring af § 11.

Stk. 3 er indholdsmæssigt uændret. Det gælder også lovforslagets stk. 4, der dog bliver stk. 7.

Ændringsforslagets stk. 4 indebærer, at markedsføring af it-produkter, der indeholder adfærdsdesign målrettet børn og unge under 18 år forbydes. Designfunktioner, der har til hensigt at få børn og unge under 18 år til at foretage en transaktionsbeslutning, som de ellers ikke ville have truffet, eller anden skjult manipulation med henblik på at øge børns og unge under 18 års forbrug, er herefter ikke tilladt.

Manipulation kan forstås som designstrategier, produktindstillinger og produktarkitektur målrettet kognitive sårbarheder med det formål eller den virkning at skubbe børn og unge under 18 år til at træffe valg, som ikke er i barnets bedste interesse, men som er til gavn for den erhvervsdrivende. Elementer i it-produkter til børn

og unge, der »nudger« børn og unge til at forblive på den digitale platform, såsom f.eks. autoplay, der lader afspilningen af videoer fortsætte, uden at der aktivt skal vælges en ny video, forbydes.

Adfærdsdesign må heller ikke have det formål at få børn og unge til at afgive data, og disse data ikke må opsamles til at sætte endnu mere målrettet ind over for børn og unge, ligesom features ikke må designes, så de opmuntrer børn og unge til at bruge mere tid på digitale platforme, flere penge eller lignende.

Ændringsforslagets stk. 5 indebærer, at erhvervsdrivende, der markedsfører sig på internettet, som børn og unge under 18 år bruger eller potentielt bruger, skal foretage effektive aldersverificeringer, så det sikres, at børn og unge under 18 år ikke udsættes for voldeligt indhold, selvskadebilleder og børneporno.

Ændringsforslagets stk. 6 indebærer, at alle datasamlende informationer fra starten skal være slået fra i børneprodukter, og at barnet sammen med sine forældre aktivt skal slå dem til og give tilladelse til dem. Produkter til børn skal således designes således, at der som udgangspunkt vil tale om en opt-in model.

Ændringsforslagets stk. 7 er en uændret gengivelse af lovforslagets ændring af § 11, stk. 4, der som følge af de nye stykker bliver til stk. 7. Lovforslagets specielle bemærkninger til nr. 13 indeholder en henvisning til § 11, stk. 4, som herefter skal være stk. 7.