

SKRIFTLIG FRÅGA TILL STATSRAÅD

Från Riksdagsförvaltningen
2021-12-08
Besvaras senast
2021-12-15 kl. 12.00

Till statsrådet Max Elger (S)

2021/22:517 Övervakningsreklam

Reklam är ett medel för företagare att göra sina varor och tjänster kända och för konsumenterna ett sätt att få viss vetskap om vad som finns på marknaden. Men fel använt kan reklam inverka negativt. Marknadsföring av krediter kan driva på överskuldssättningen. Dold reklam i sociala medier och så kallade native annonser är svåra att urskilja och därför vanskelig att bedöma för konsumenterna.

Problematiken med dold marknadsföring i sociala medier tas även upp i Konsumentverkets rapport *Konsumtion på villovägar – Hinder för väl fungerande konsumentmarknader och hållbar konsumtion*. I allt större utsträckning har reklam kommit att riktas mot specifika konsumenter eller grupper av konsumenter, och data samlas in för anpassning av reklaminsatser. Det kan utsätta konsumenter, inte minst särskilt utsatta grupper såsom unga och äldre personer. Man anser i rapporten att det behövs ingripande åtgärder som begränsande av företags möjligheter att samla in och använda konsumenters data och att på designstadiet säkra användargränssnitt som inte på otillbörligt sätt påverkar konsumenters val.

Det kan vara negativt för konsumenters frihet men även för den fria företagsamheten att styra reklam i allt för stor utsträckning. Men i vissa fall kan styrning vara nödvändig, i de fall reklam i sig är styrande och baseras på insamling av konsumenters data – övervakning.

Med anledning av detta vill jag fråga statsrådet Max Elger:

Hur avser statsrådet att agera framöver på detta område, och hur ser regeringen på ett eventuellt förbud mot övervakningsreklam?

.....

Angelica Lundberg (SD)

Överlämnas enligt uppdrag

Lena Lindbäck