



Svar på fråga 2025/26:464 av Anna-Belle Strömberg (S)
Marknadsföring via influerare

Anna-Belle Strömberg har frågat mig om regeringen avser att stärka Konsumentverkets resurser och mandat för att intensifiera tillsynen av influerarbaserad marknadsföring, särskilt när det gäller skyddet för barn och unga.

Konsumentverket har under en längre tid uppmärksammat problem med marknadsföring via influerare och har vidtagit såväl tillsyns- som informationsinsatser. Med stöd av det uppdrag som regeringen gav myndigheten i juni 2025 har myndigheten satt extra fokus på affärsmetoden.

Konsumentverket har tagit fram en rapport och i denna konstaterar myndigheten att viss förbättring skett, men att affärsmetoden fortsatt är mycket problematisk och att många överträdelser sker.

Konsumentverket bedömer att det befintliga konsumentskyddande regelverket – marknadsföringslagen – inte behöver ändras utan att lagen ger en god grund för den tillsyn

som fortsatt behöver ske. Myndigheten aviserar också sin avsikt att fortsätta med en aktiv tillsyn liksom att se över sin information och ha fortsatt dialog med branschföreträdare på området.

Regeringen ser mycket allvarligt på barns exponering för skadligt innehåll på nätet och arbetar aktivt för att stärka skyddet för barn och unga i digitala miljöer, exempelvis genom Utredningen om en åldersgräns på sociala medier (S 2025:11). I fråga om marknadsföring via influerare kan regeringen samtidigt konstatera att Konsumentverket har en god bild av området och arbetar aktivt. Mot bakgrund av Konsumentverkets bedömning av rättsläget och den pågående utredningen anser regeringen att nuvarande arbete på området är tillfredsställande, men följer frågan och utvecklingen inom EU noga.

Stockholm den 11 februari 2026

Erik Slottner