



Faktaark

Afgrænsning af influencere m.fl. i Spilpakke 1

Det følger af *Spilpakke 1: Et mere ansvarligt spilmarked*, at influencere, gamefluencere m.fl. skal være omfattet af spillelovens regler for markedsføring af spil, samt et forbud mod at personer under 25 år må optræde i spilreklamer.

De kriterier, der indgår i vurderingen af, om en person er influencer, gamefluencer eller streamer, vil blive beskrevet i lovbemærkningerne til det kommende lovforslag som eksempler på en ikke-udtømmende liste over kriterier, der kan anvendes ved vurderingen.

Influencer

En influencer er en person, der bruger sin position og indflydelse på sociale medier til at sprede et budskab, promovere et produkt eller en sag, ofte mod betaling fra en virksomhed. De bygger et netværk af følgere, som de regelmæssigt deler indhold med – typisk billeder, videoer og tekster – og deres anbefalinger kan påvirke følgernes købsbeslutninger og holdninger. Influencere er en del af den digitale kultur, hvor grænserne mellem privatliv, underholdning og markedsføring ofte flyder sammen.

Influencere modtager typisk betaling for markedsføring af produkter, men det er ikke en forudsætning for, at personer opfattes som influencere.

Gamefluencer

En gamefluencer er en person, der i sine aktiviteter på digitale platforme som fx Twitch, YouTube og TikTok primært beskæftiger sig med gaming og spilrelateret indhold. Gamefluencere engagerer sig oftest direkte med deres seere gennem chats, hvor de opbygger relationer til seere gennem en fælles passion.

Gamefluencerens aktivitet vedrører ikke nødvendigvis pengespil, men der er set eksempler på gamefluencere, der begyndte med at lægge opslag op om computerspil og spil til yngre målgrupper, men over tid har ændret fokus til pengespil.

Streamere

Streaming er en live visning af streamerens gaming på computerspil eller gambling på pengespil. Nogle influencere beskæftiger sig med at kommunikere med sine følgere ved streaming, men der er også mange helt almindelige mennesker, der streamer, uden at have mange følgere eller seere.

Streamere kan også bruges som en del af et spilkoncept, hvor streamere viser og spiller onlinespil som en del af en spiludbyders udbud. I det tilfælde vil spiludbyderen efter gældende regulering være ansvarlig for, at aktiviteten overholder lovgivningen.

Aftalen – straf for overtrædelse

Jf. aftalen omfattes influencere, gamefluencere m.fl. af spillelovens regler for markedsføring af spil. Reglerne omfatter bl.a. et forbud mod, at markedsføring af spil må målrettes børn og unge under 18 år samt et forbud mod indhold, der giver indtryk af, at deltagelse i spil fremmer en løsning på finansielle problemer eller giver spilleren social accept.

Initiativerne skal sikre, at influencere m.fl. kan straffes både i tilfælde, hvor aktiviteten sker som led i markedsføring af en spiludbyder med tilladelse i Danmark, og i tilfælde, hvor aktiviteten ikke kan knyttes til en konkret spiludbyder, med eller uden tilladelse i Danmark.

I vurderingen af, hvorvidt en persons aktivitet på sociale medier og digitale platforme gør personen til en influencer m.fl. og dermed kan straffes efter spillelovens regler, kan bl.a. et eller flere af nedenstående kriterier indgå:

- Hvor mange følgere eller seere personen har, hvor der konkret foreslås over 10.000,
- Hvor aktivt vedkommende interagerer med sit publikum, og hvor meget indholdet påvirker dem,
- Karakteren af influencerens aktiviteter, herunder i hvilket omfang der sker eksponering af produkter,
- Om der indgår et samarbejde med virksomheder, eller
- Om influenceren modtager betaling for omtale og eksponering af spil.