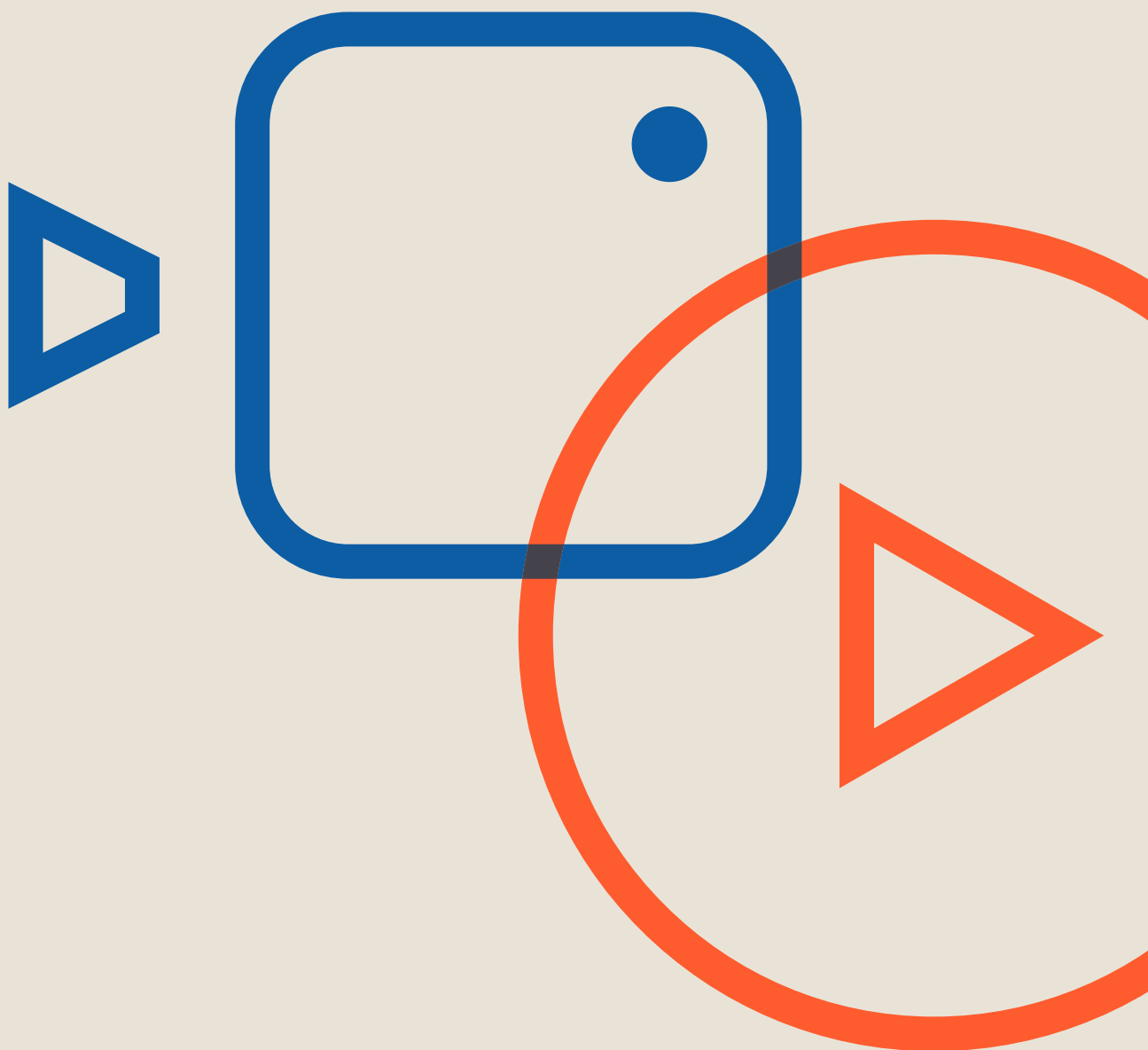


Veileder til youtubere og videobloggere om merking av reklame



Hvis du lager videoer som du legger ut på YouTube eller andre videodelingsplattformer, har du plikt til å merke disse. Det gjelder hvis du tjener penger på, eller får andre fordeler ved å presentere produkter eller tjenester i videoene. Seerne skal være klar over hvilke videoer som inneholder reklame slik at de blir oppmerksomme på at noen ønsker å påvirke dem til å kjøpe noe.

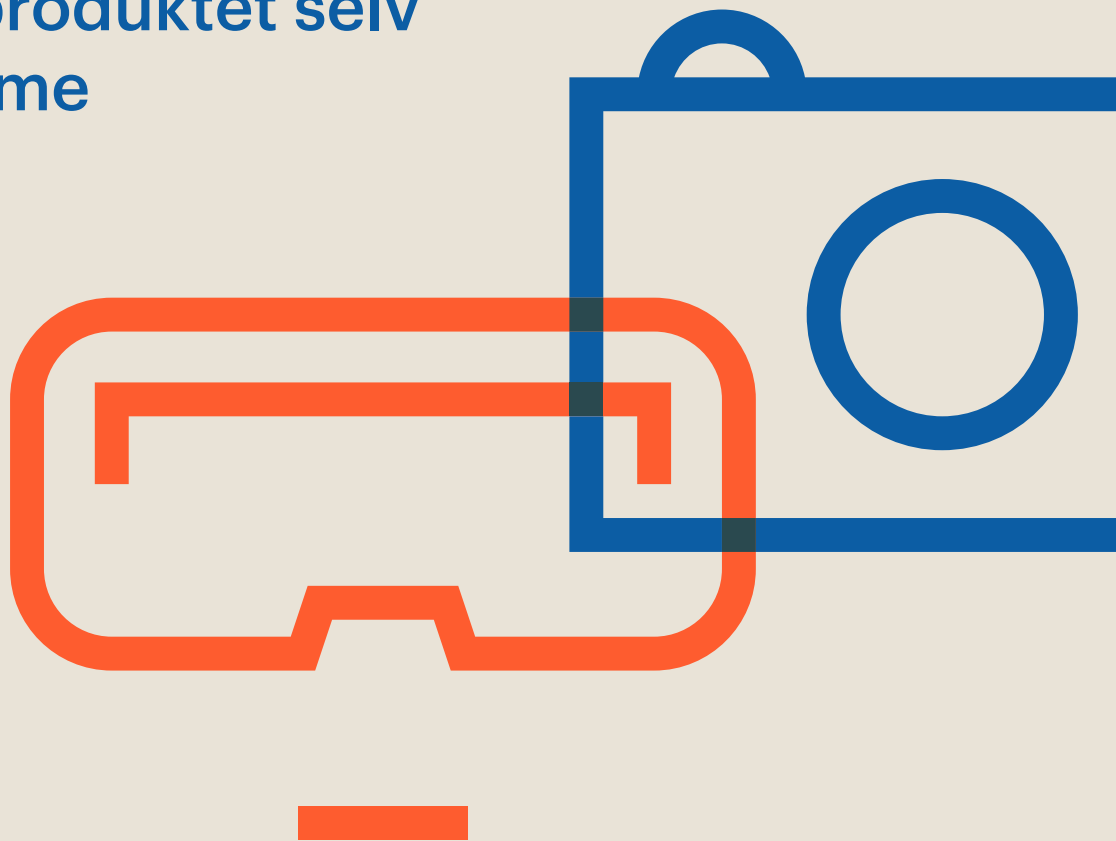
Kringkastingsloven har regler om merking av reklame, sponning og produktplassering, og disse reglene gjelder for deg som legger ut videoer på en egen kanal. Denne veilederen gir deg råd om hvordan du kan merke videoene dine for å oppfylle de kravene som følger av loven.

Hvis du legger ut reklame i andre sosiale medier hvor det hovedsakelig benyttes tekst eller stillbilder, må du følge reglene i markedsføringsloven. Dette gjelder for eksempel blogg, Facebook, Instagram, Twitter og Snapchat. Det er Forbrukerombudet som fører tilsyn med markedsføringsloven. [De har laget en veileder om reklame i sosiale medier, som du kan lese ved å klikke her.](#)

Du bør være varsom når du presenterer produkter som kan være interessante for barn og unge siden dette er en gruppe som er lett å påvirke. Reklame som er særlig rettet mot barn, er forbudt.

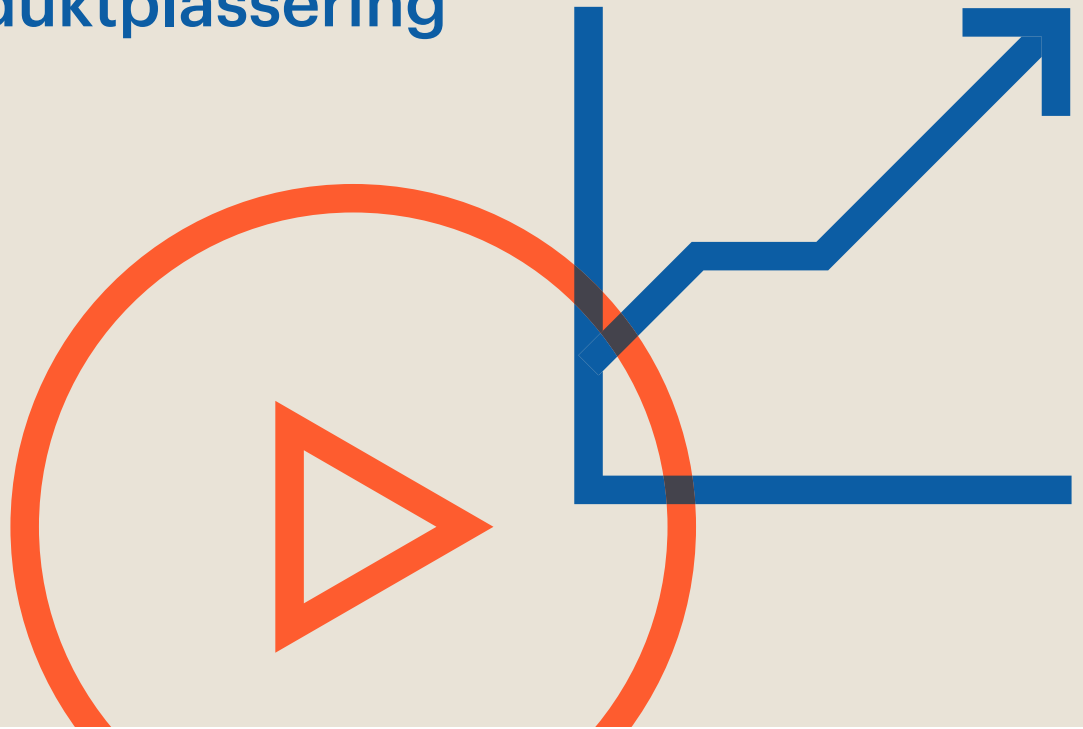
I denne veilederen viser vi deg eksempler på hvordan du skal merke videoene dine i ulike situasjoner.

Du kjøper produktet selv = ikke reklame



Hvis du selv har kjøpt produktet eller tjenesten du ønsker å omtale i videoen, og du ikke har noen avtale med en annonsør, kan du selv velge hvordan du vil omtale og vise produktet. Dette er ikke reklame, og det er derfor ikke nødvendig å merke videoen. Forutsetningen er at du har kjøpt produktet til vanlig pris eller med en rabatt som alle får.

Du får betaling for å presentere et produkt i videoen = reklame eller produktplassering



Hvis du får betaling, eller andre fordeler, for å vise frem eller snakke om et produkt eller en tjeneste, er dette reklame.

Eksempler på andre fordeler er at du får produkter eller tjenester gratis, til utlån, til redusert pris spesielt for deg eller delta på arrangementer. I slike tilfeller forventes det gjerne at du viser produktet eller tjenesten i videoen din for å markedsføre det overfor følgerne dine. Når du markedsfører produktet, blir dette betalingen for fordelen du fikk.

Et produkt eller en tjeneste kan være for eksempel sminke, klær, dataspill, mobiltelefon, premier du deler ut, reiser og hotellovernattinger.

Det er ikke tillatt med skjult reklame. Du må derfor merke videoen. Måten du lager videoen på, bestemmer hvordan den skal merkes:

Alternativ A: Produktet har hovedfokus i videoen = reklame

Hvis selve produktet eller omtalen av produktet har hovedfokus i videoen din, eller du anbefaler folk å kjøpe produktet, eller du skryter av det, er videoen først og fremst reklame. Videoen må merkes skriftlig i skjermbildet, enten før du presenterer produktet eller ved begynnelsen av videoen.



REKLAME

- Bruk betegnelsen «reklame» eller «annonse»
- Merk tydelig, stort nok og lenge nok i skjermbildet til at den oppfattes av seerne. Merkingen skal stå i minst seks sekunder
- Merkingen må ha tydelig kontrast mot bakgrunnen slik at den er godt synlig
- Det bør også stå i tittelen på videoen eller i informasjonsfeltet at videoen inneholder reklame
- Det er ikke nok å bare vise til at videoen er laget i «samarbeid med...»
- Du kan ikke bruke betegnelsen «sponset av...». Les mer om sponing nedenfor
- Merking må stå i minst 6 sekunder

For å oppnå ytterligere troverdighet og tillit hos seerne dine kan du i tillegg også opplyse muntlig om reklamesamarbeidet.

Alternativ B:**Produktet har ikke hovedfokus i videoen = produktplassering**

Videoen din består hovedsakelig av redaksjonelt innhold, for eksempel en historie du forteller. I dette tilfellet er det ikke produktet som er hovedfokuset, men produktet er likevel synlig eller blir vist til. I videoen reklamerer du ikke for produktet ved å anbefale folk å kjøpe det, eller ved å skryte av det.

I dette tilfellet kalles markedsføringen for produktplassering, og i kringkastingensloven er det egne regler om hvordan dette skal merkes.



Inneholder
PRODUKTPLASSERING

- Du må merke videoen skriftlig med «P - Inneholder produktplassering» både ved begynnelsen og slutten av videoen
- Merkingen må stå i minst seks sekunder sammenhengende
- Merkingen må være stor nok og helt tydelig mot bakgrunnen slik at den lett kan leses

Medietilsynet har laget et merke du gjerne kan bruke.
Last ned fra medietilsynet.no

Du har lenker til salgssteder = reklame

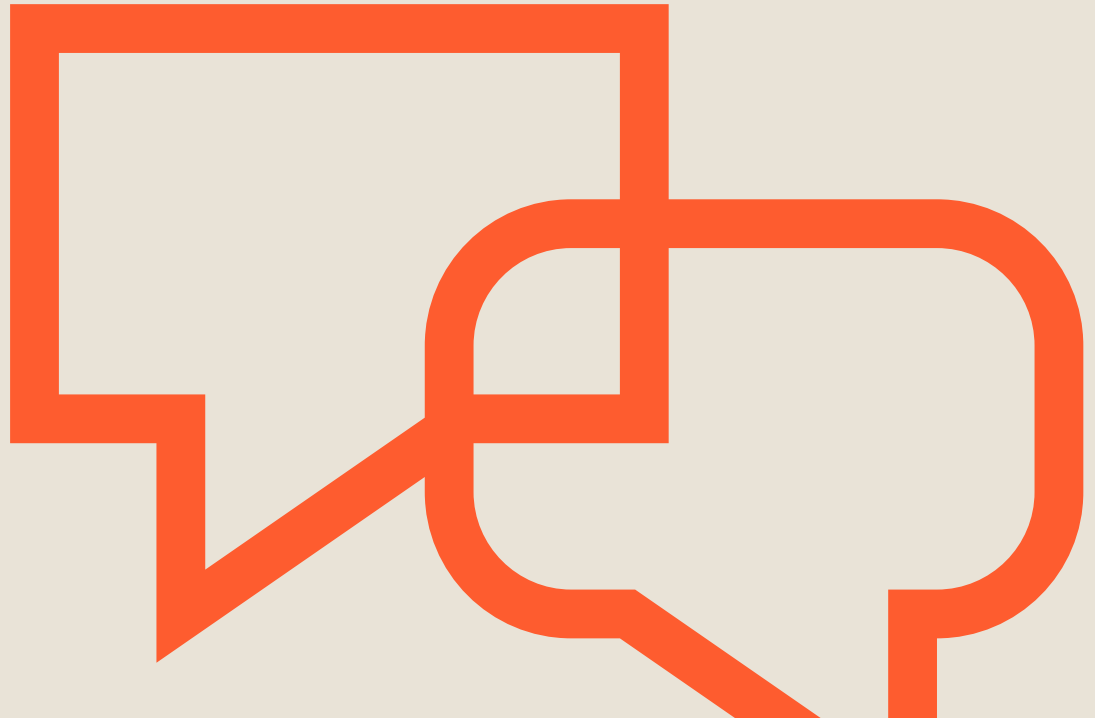


Hvis du har lenker til nettsteder der produktet kan kjøpes, er dette reklame, og du må informere seerne dine om det. I tilknytning til lenkene må det fremgå skriftlig at disse er reklame.

Dersom du får en andel av omsetningen hver gang noen kjøper produktet via den aktuelle lenken, kan du også informere seerne dine om dette.

- Bruk begrepene «reklame» eller «annonse» i tilknytning til lenkene

Sponsing



Hvis du får betalt for å produsere en video uten at videoen inneholder reklame for den som har betalt deg, er dette sponsing. Blir du sponset, skal du identifisere sponsor. Ved sponsing kan ikke den som har gitt bidraget ha påvirkning på innholdet i videoen, og du kan heller ikke omtale eller vise frem sponsors produkter eller tjenester.

I kringkastingsloven regnes ikke sponsing som reklame.

- Sponsor skal identifiseres på en tydelig måte ved begynnelsen og/eller slutten av programmet. Eksempler på identifisering av sponsor er «Sponset av X», eller «Takk til X for bidraget».
- Du kan opplyse om sponsor muntlig eller skriftlig.

Hvis bidraget blir gitt for at du skal lage en video med reklame eller produkt plassering for sponsors produkter eller tjenester, må du merke videoene som nevnt i Alternativ A eller B i forrige eksempel.



Konsekvenser ved regelbrudd

Medietilsynet fører tilsyn med at du følger reglene i kringkastingsloven. Hvis reglene brytes, kan dette få konsekvenser for deg, for eksempel i form av overtredelsesgebyr, tvangsmulkt eller tidsavgrenset forbud mot å sende reklame.

Andre regler

Noen av filmene og programmene du lager og legger ut på YouTube-kanalen eller videobloggen din, må du merke med en aldersgrense.

Det er også krav om at du skal ha lett synlig kontaktinformasjon. Du finner informasjon om dette på våre [hjemmesider](#).

Kontakt

www.medietilsynet.no

www.facebook.com/medietilsynet

www.twitter.com/medietilsynet

post@medietilsynet.no

ISBN 978-82-91977-57-7

