

NOTAT

Vigtige resultater fra rapporten om børn, unge og markedsføring

Rapporten viser, at børn og unge i høj grad agerer som forbrugere helt ned til seks års alderen:

- 95 procent af alle teenagere har i 2013 handlet på nettet
- 60 procent af de 8-12-årige har handlet på nettet
- knap 30 procent af de 5-7-årige har handlet på nettet

Børn og unge er generelt godt beskyttede, men der er stadig udfordringer:

- cirka halvdelen af de mindre børn på 5-8 år har foretaget et utilsigtet køb online
- børn og unge har svært ved at gennemskue priser og bindingsperioder på abonnementer
- børn og unge har ikke erfaring med at identificere kommerciel kommunikation på nye platforme

Forældrene bruger generelt ikke meget tid sammen med deres børn på de digitale medier:

- 17 procent af børnene er aldrig under voksenopsyn, når de er på de digitale medier
- knap halvdelen af børnene er uden voksenopsyn i 75 procent af tiden eller mere
- 30 procent af forældrene har aldrig talt med deres børn om markedsføring på nettet

Børn og unge har svært ved at forstå finansielle begreber som fx ÅOP:

- I 2014 var 5.154 unge mellem 18-20 år registret i RKI
- de skyldte i gennemsnit 12.090 kroner