Lotteri- og stiftelsestilsynet

Hamar, 22. september 2026

Hvordan regulere influensere?

Hva er influensermarkedsføring?

- Stor påvirkningskraft hos sine følgere
- Mellomledd mellom selskap og spillere
- Sammenblanding av privat og offentlig innhold
- Effektiv måte å nå en konkret målgruppe

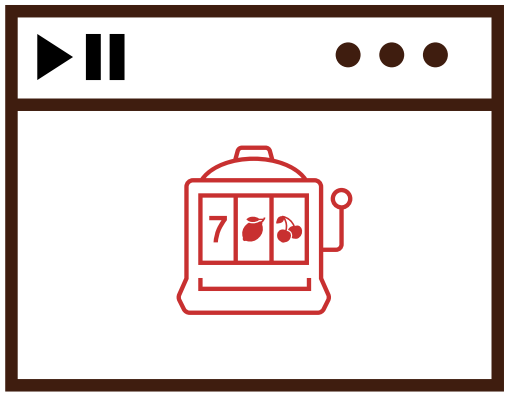
Influensermarkedsføring av pengespill

- Ofte unge følgere
- Flere SoMe-kanaler med ulik funksjon
- Strømming som hovedaktivitet
- Affiliatenettsted

Tendenser

Todelt gruppe:

- Kjendiser
- Gamere



Pengespilloven § 6 (2) a

«Det er **forbudt** å markedsføre eller medvirke til å markedsføre pengespill som ikke er tillatt etter denne lov»

Markedsføring

Omfatter blant annet:

- å publisere innlegg på sosiale medier der man lenker til og/eller viser logo til spillselskap,
- å dele video/bilder av at man spiller pengespill uten tillatelse,
- å delta på arrangement i regi av pengespillselskap, og deler bilde av dette på sosiale medier,
- å delta i reklamefilmer for pengespillselskap,
- å la seg avbilde eller legge ut bilde med bruk av logo eller erstatningslogo for et ulovlig spillselskap,
- bruk av emneknagg med navn til ulovlige spillselskap eller annet som kan relateres til dem,
- annen salgsfremmende omtale av pengespillselskap eller spilltilbud, for eksempel henvisning til bonuser eller liknende.

- Ikke et krav om betaling

Virkemidler

- Informasjonsbrev
- Varsel
- Vedtak

- Pålegg om retting og stans
- Tvangsmulkt (engangs-, løpende- eller forhåndsfastsatt mulkt)
- Overtredelsesgebyr
- Bøter og fengsel inntil tre år

Utfordringer

- Fragmentert medielandskap
- Tidsbegrenset markedsføring
- Jurisdiksjon

- Fremstår som lovlige tilbud
- Normalisering av pengespill

T
A
K
K