
Westerberg & Partners bjuder in till seminarium om influencer marketing

När: Tisdagen den 26 maj 2026 kl. 16–18

Var: Regeringsgatan 66, Stockholm

*O.S.A till event@westerberg.com senast
den 19 maj 2026.*

Sociala medier är sedan år 2024 världens största marknadsföringskanal. Den globala marknaden för influencer marketing uppskattas år 2025 ha omsatt över 30 miljarder dollar. Sådan marknadsföring blandas i regel med annat innehåll och målgruppen är ofta förhållandevis ung. Det ställer särskilda krav på den som ansvarar för marknadsföringen. I april 2025 öppnade Konsumentverket ett 50-tal tillsynsärenden mot både annonsörer och influencers som enligt myndigheten inte följde regelverket. Vad kan vi lära oss av dessa tillsynsärenden?

En annonsör är alltid huvudansvarig för sin marknadsföring. Även influencers har ett ansvar för att den reklam som postas på deras plattformar på sociala medier uppfyller lagens alla krav. Att annonsörer och influencers håller koll på de krav som ställs är nödvändigt för att inte riskera höga sanktioner. Det är dock lättare sagt än gjort.

Frågor om när inlägg ska reklammarkeras och hur reklammarkeringar ska utformas har varit föremål för prövning förut. På en marknad som förändras fort kan dock både de faktiska omständigheterna och de legala övervägandena ändras fort. Mot bakgrund av detta har vi djupdykt i Konsumentverkets tillsyns- ärenden och Konsumentverkets nyligen publicerade rapport Marknadsföring via influencers (2026:3) för att ta reda på vilka trender vi ser idag när det gäller tillsynsmyndighetens uttolkning och tillämpning av lagens krav.

Många influencers driver idag egna bolag med egna produkter eller tjänster. Vad innebär egentligen det för när ett inlägg ska reklammarkeras? Hur ser en tydlig reklammarkering ut enligt Konsumentverket? Skiljer sig kraven åt mellan de olika plattformarna, såsom Instagram, TikTok, YouTube och Snapchat? I vilka fall kan vi se att Konsumentverket har nöjt sig med de åtgärder som annonsörer och influencers har vidtagit i syfte att försöka undgå sanktioner?

Westerberg & Partners kommer den 26 maj 2026 att anordna ett seminarium om influencer marketing där vi med ett praktiskt perspektiv och med utgångspunkt från de senaste tillsynsärendena och Konsumentverkets rapport benar ut rättsläget och förklarar vad annonsörer och influencers bör göra för att undvika att drabbas av tillsynsåtgärder nästa gång. Konsumentverket sätter influencer marketing-marknaden under lupp.

Genom din anmälan samtycker du till att Westerberg & Partners behandlar dina personuppgifter (namn, kontaktuppgifter och ev. specialkost) i syfte att förbereda detta event. Du kan också komma att få information om kommande events som vi tror kan vara av intresse för dig. Du har självklart möjlighet att avsäga dig denna sorts utskick.

