

Juridiske og etiske aspekter af digital markedsføring i bevægelse

Link til artiklen: <https://forbrugerombudsmanden.dk/nyheder/forbrugerombudsmanden/pressemeddelelser/2024/20240726-eu-s-forbrugermyndigheder-gaar-sammen-mod-metas-nye-forretningsmodel/>

Hvad er Problematikken og hvilke udfordringer kan dette medfølge?

Det bliver belyst i artikel ”EU's forbrugermyndigheder går sammen mod Metas Nye forretningsmodel”, hvor det fremhæves, at de muligvis overtræder regler om databeskyttelse og forbrugervilkår, idet der mangler gennemsigtig information om konsekvenserne af de valgmuligheder, som forbrugerne præsenteres for.

Problematikken ligger i, at forbrugerne kan blive stillet over for et valg mellem at dele deres persondata eller betale for tjenester, uden at de nødvendigvis får en klar forståelse af de fulde konsekvenser af deres valg. Dette kan dermed skabe situationer, hvor forbrugerne vælger at træffe beslutninger på et uoplyst grundlag, hvilket er i strid med GDPR – reglerne. Her kræves der, at samtykke for forbrugerne er informeret og frivilligt. Denne mangel på gennemsigtighed kan dermed bryde med lovgivningen og underminere dermed forbrugernes rettigheder til fair og klar kommunikation.

Hvilke konsekvenser kan dette have på virksomheder og forbruger

Hvis Meta fortsætter med denne forretningsmodel, kan det få store konsekvenser for virksomheder, der anvender Meta som markedsføringsplatform. Virksomhederne kan risikere vrede og frustrationer fra kunderne, da forbrugerne ofte ser dem som ansvarlige. Nogle af udfordringerne ved denne påtrængende dataindsamling kan medføre, at forbrugerne fravælge disse virksomheder, hvis de føler sig tvunget til at dele deres data. Dette kan føre til, at forbrugerne fravælger virksomhederne, hvis de føler sig tvunget til at dele deres data. Som følge heraf kan virksomhedernes omdømme, kundeloyaliteten og salg blive negativt påvirket.

Hvilken betydning kan denne juridiske problematik have for et fremtidigt marketing job?

Denne juridiske problematik vil have en stor betydning for et fremtidigt marketingjob, da den understreger vigtigheden af overholdelse af databeskyttelsesregler som GDPR. Som marketingmedarbejder er det essentielt at sikre sig, at virksomheden anvender

markedsføringsplatforme der overholder lovgivning og dermed informere forbrugerne tydeligt om, hvordan deres data benyttes. Hvis disse vilkår ikke overholdes kan det give virksomheden juridiske problemer, samt skade deres omdømme og forbrugertillid. Det er derfor en central opgave, at markedsføringen er etisk og juridisk ansvarlig. Dette er noget jeg vil tage med mig i min fremtidig karriere, da der er kommet øget fokus GDPR-lovgivningen, især i takt med at teknologien og brugen af digitale markedsføringsmetoder udvikler sig.