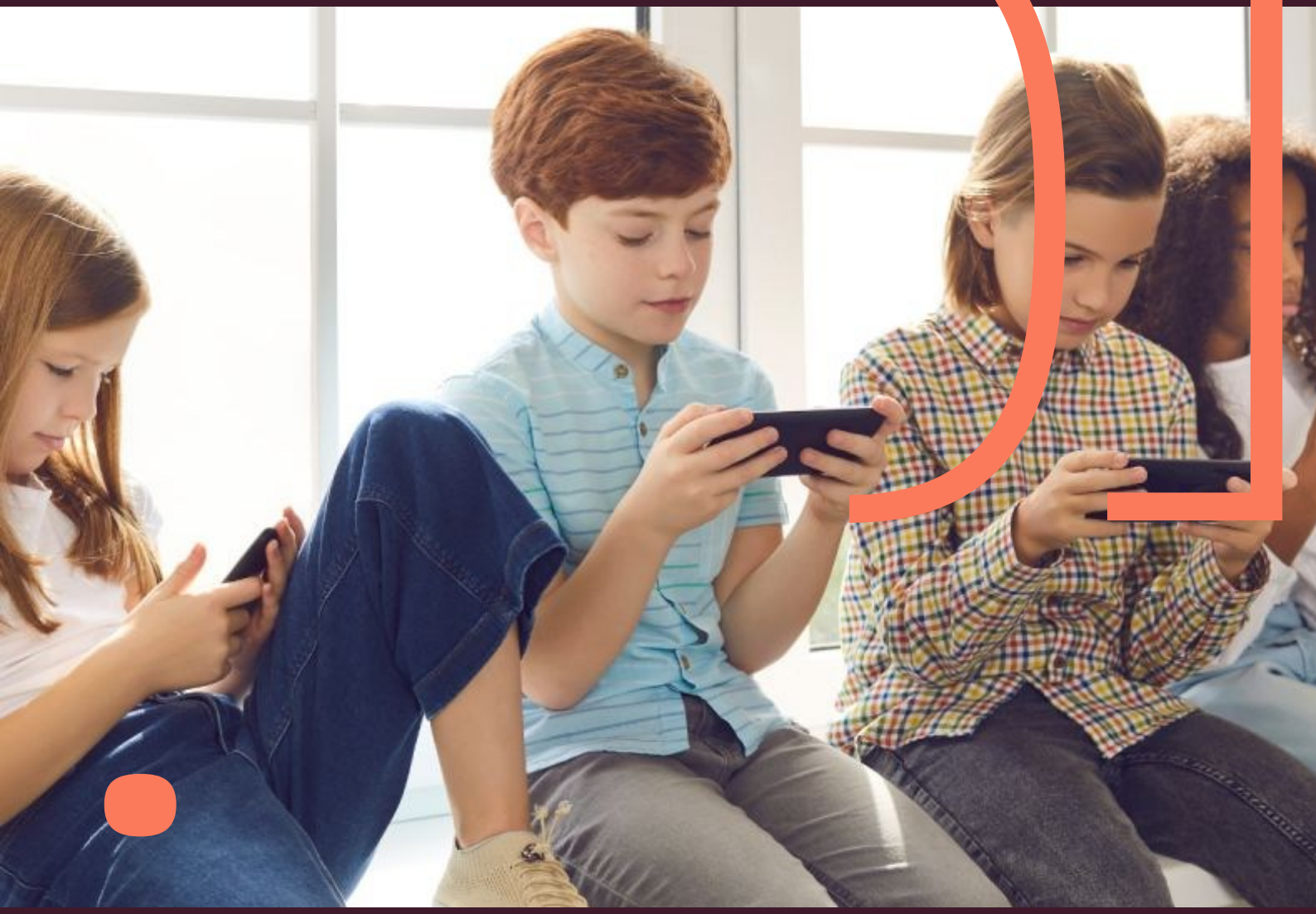
Digitaliserings-
styrelsen

Børn og unges brug af sociale medier 2026



November 2026

Indhold

Opsummering 2
Rapportens nøgleresultater 2
Kapitel 1: Indledning 3
1.1 Introduktion og baggrund 3
1.2 Målgruppe, genstand og fokus for undersøgelsen 3
1.3 Baggrund – Digital Services Act 4
1.3.1 Beskyttelse af mindreårige efter DSA 4
Kapitel 2: Børn og unges adgang til sociale medier 5
2.1 Børn og unges brug af Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook 5
2.2 Alder ved oprettelse af profil 8
2.3 Hvad siger reglerne? 9
Alderssikringsforanstaltninger 9
Kapitel 3: Børn og unges oplevelser på sociale medier 10
3.1.1 Kontakt med fremmede 10
3.1.2 Hvad siger reglerne? 11
Standardkontoindstillinger 11
3.2.1 Eksponering for bl.a. ulovlige produkter 12
3.2.2 Eksponering for vold, stoffer, alkohol og tobaks- og nikotinprodukter 12
3.2.3 Hvad siger reglerne? 15
Anbefalingssystemer 15
Indholdsmoderation 15
Europa-Kommissionens igangværende sager 16
Snapchat 16
TikTok 16
Meta 16
Kapitel 4: Metode 17

Opsummering

Denne rapport er udarbejdet af Digitaliseringsstyrelsen og handler om børn og unges brug af sociale medier. Rapporten bygger på data fra en spørgeskemaundersøgelse gennemført blandt 1.053 børn i aldersgruppen 8-17 år. Undersøgelsen fokuserer på de sociale medier Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook. Undersøgelsens hovedtemaer er børn og unges adgang til platformene og deres oplevelser på platformene.

Rapportens nøgleresultater

76%	af de 8-17-årige, der har en profil på mindst én af de undersøgte platforme, oprettede deres første profil, da de var under 13 år gamle.
67%	af de 13-17-årige, der har en profil på mindst én af de undersøgte platforme, har oplevet at blive kontaktet af en fremmed.
56%	af de 13-17-årige, der har en profil på mindst én af de undersøgte platforme, har set nogen forsøge at sælge ulovlige eller aldersbegrænsede produkter.
72%	af de 13-17-årige, der har en profil på mindst én af de undersøgte platforme, har set billeder eller videoer med vold, stoffer, alkohol eller tobaks- og nikotinprodukter.

Kapitel 1: Indledning

1.1 Introduktion og baggrund

I Danmark bliver børn stadigt yngre, når de får deres første smartphone, og sociale medier fylder i dag meget i børn og unges liv – og det sker i en fase af livet, hvor de endnu ikke har fuldt udviklede evner til at håndtere alle de mekanismer og det indhold, de møder online. Beskyttelse af børn og unge er derfor både en vigtig politisk dagsorden i Danmark og i resten af EU, og der er stigende fokus på blandt andet børn og unges adgang til sociale medier og de oplevelser, børn og unge har på platformene.

Ved indførelsen af Digital Services Act ("DSA") introducerede man regler, der forpligter platforme, som blandt andet retter sig mod mindreårige, til at sikre tilstrækkelig beskyttelse af mindreårige på platformen. På baggrund af reglerne i DSA har Europa-Kommissionen rejst sager mod nogle af de største platforme i EU, herunder platforme, som er særligt populære blandt danske børn og unge, for eksempel Snapchat og TikTok.

Digitaliseringsstyrelsen har i sin rolle som koordinator for digitale tjenester i Danmark gennemført denne undersøgelse for at belyse, i hvilken grad danske børn og unge har adgang til disse platforme, samt deres oplevelser på platformene med det formål at bidrage til Europa-Kommissionens igangværende sager. Digitaliseringsstyrelsen har sendt undersøgelsens resultater til Europa-Kommissionen til brug for deres igangværende sager mod Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook.

I Digitaliseringsstyrelsens strategi for DSA-tilsynet for perioden 2026-2028 er beskyttelse af børn og unge online et fokusområde, og undersøgelsen har derfor også et overordnet formål om at belyse relevante DSA-retlige problemstillinger knyttet til børn og unges adgang til udvalgte platforme.

1.2 Målgruppe, genstand og fokus for undersøgelsen

Undersøgelsen består af en spørgeskemaundersøgelse, der er besvaret af 1.053 danske børn og unge i aldersgruppen 8-17 år. Målgruppen er afgrænset til denne aldersgruppe, fordi danske børn i gennemsnit får deres første smartphone, når de er 8 år[1], og fordi der gælder andre regler og principper for beskyttelse af brugere, når de er fyldt 18 år.

Undersøgelsen fokuserer på de sociale medier Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook. Platformene er udvalgt på baggrund af Europa-Kommissionens igangværende sager og på baggrund af platformenes popularitet blandt danske børn og unge.

Da undersøgelsen blandt andet fokuserer på, hvor effektive platformenes alderssikringsværktøjer er, er undersøgelsen afgrænset til platforme, der har en selvangivet aldersgrænse på 13 år.

[1] Ny aftale skal klæde forældre bedre på, når børn skal have deres første telefon | Digitaliseringsministeriet

1.3 Baggrund – Digital Services Act

DSA er EU's forordning om digitale tjenester og er med til at sikre et trygt og pålideligt onlinemiljø i hele EU. Forordningen har både til formål at modernisere og harmonisere reglerne, der gælder for blandt andet sociale medier, søgemaskiner og onlinemarkedspladser, og samtidig at styrke brugernes rettigheder og klagemuligheder.

DSA håndhæves både af Europa-Kommissionen og de nationale tilsynsmyndigheder, der ligeledes samarbejder om den fælleseuropæiske håndhævelse.

Nogle tjenester er udpeget som meget store onlineplatforme (Very Large Online Platforms – VLOPs) eller meget store onlinesøgemaskiner (Very Large Online Search Engines – VLOSEs), da de gennemsnitligt har over 45 millioner månedlige aktive brugere i EU.[2] Det er Europa-Kommissionen, der udpeger de meget store onlineplatforme og -søgemaskiner, som kan findes på Europa-Kommissionens hjemmeside.[3]

Disse tjenester er i kraft af deres størrelse forbundet med særlige risici for samfundet som helhed. Derfor har man i DSA særlige regler, som alene gælder for disse tjenester.[4] Det gælder for eksempel krav om at vurdere og begrænse systemiske risici, der blandt andet dækker over udbredelsen af ulovligt indhold og negativ indvirkning på grundlæggende rettigheder.[5]

Europa-Kommissionen har enekompetence til at føre tilsyn med de særlige regler om systemiske risici i DSA, men Europa-Kommissionen har også en generel beføjelse til at føre tilsyn med og håndhæve DSA over for meget store onlineplatforme og meget store onlinesøgemaskiner.

1.3.1 Beskyttelse af mindreårige efter DSA

Efter artikel 28, stk. 1, i DSA skal udbydere af onlineplatforme, der er tilgængelige for mindreårige, indføre passende og forholdsmæssige foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige på deres platform.

Europa-Kommissionen har udstedt retningslinjer om dette med det formål at støtte udbydere af onlineplatforme med at imødegå risici for mindreårige. Retningslinjerne indeholder eksempler på foranstaltninger, som onlineplatforme bør iværksætte for at beskytte børn mod risici som grooming, skadeligt indhold samt design, der kan føre til problematisk og vanedannende adfærd.

Retningslinjerne udgør et væsentligt benchmark, som Europa-Kommissionen og de nationale tilsynsmyndigheder kan basere deres sager på.

[2] Dette følger af artikel 33 i forordningen om digitale tjenester (EU) 2022/2065, herefter DSA.
[3] Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA | Shaping Europe's digital future
[4] Disse regler findes i DSA afdeling 5: *Supplerende forpligtelser for udbydere af meget store onlineplatforme og af meget store onlinesøgemaskiner vedrørende styring af systemiske risici.*
[5] Reglerne om vurdering og begrænsning af systemiske risici fremgår af artikel 34 og 35 i DSA.

Kapitel 2: Børn og unges adgang til sociale medier

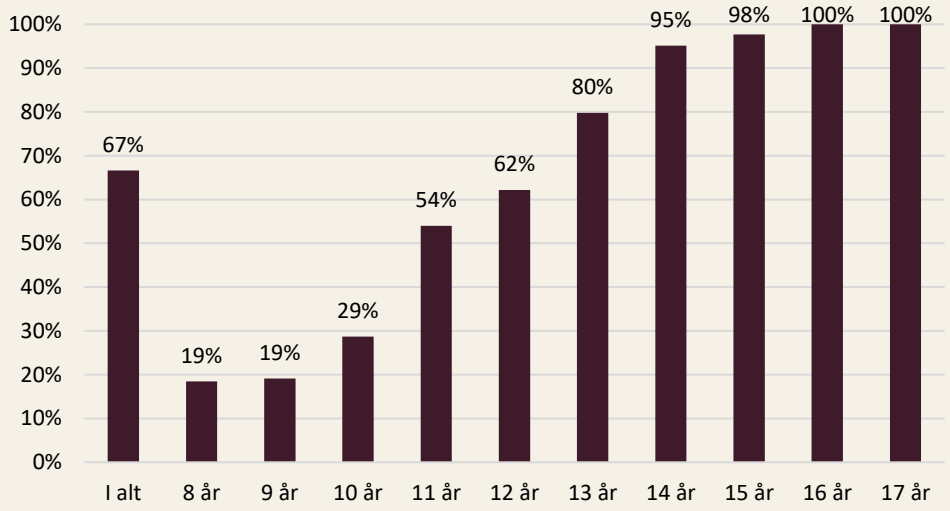
Sociale medier som Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook er populære blandt danske børn og unge – også blandt dem under 13 år, der ifølge platformenes egne aldersgrænser slet ikke må være til stede på platformene. 76 pct. af de 8-17-årige, der har en profil på én eller flere af platformene, oprettede deres første profil, inden de fyldte 13 år.

2.1 Børn og unges brug af Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook

Sociale medier som Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook er populære blandt danske børn og unge i alderen 8-17 år. Det fremgår af figur 1, der viser andelen af børn og unge, der har en profil på mindst én af de fire platforme.

Figur 1

Andel 8-17-årige, der har en profil på én eller flere af platformene: Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook, fordelt på alder, i pct., 2026



Anm.: Figur 1 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du en profil på [Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook]?". Alle undersøgelsens 1.053 respondenter i alderen 8-17 år har besvaret spørgsmålet.

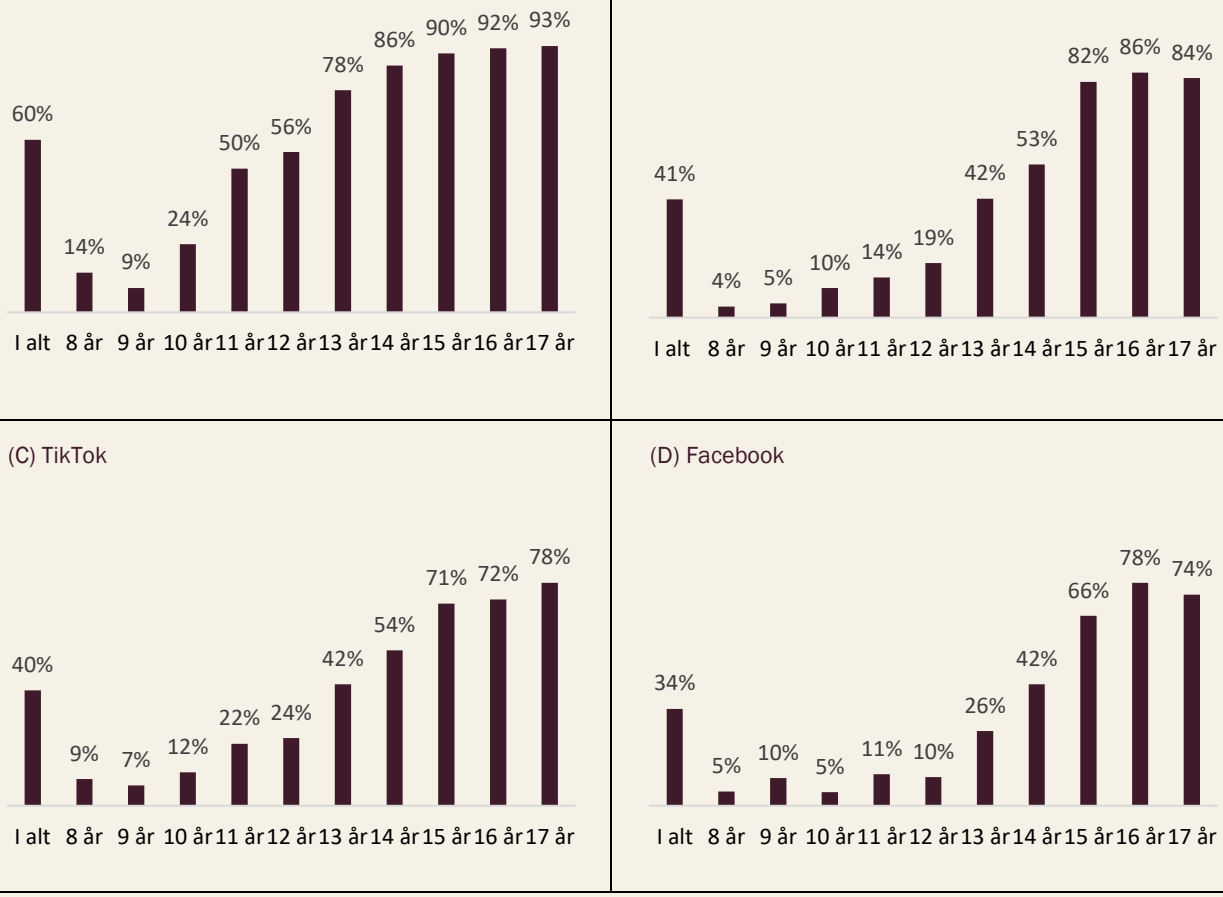
Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

Det ses af figuren, at der er en sammenhæng mellem alder og det at have en profil på platformene - jo højere alder, desto flere har en profil. 19 pct. af de 8-årige har en profil, hvilket stiger til cirka 100 pct. blandt de 16-17-årige.

Der er imidlertid forskel på, hvilke platforme der er mest populære blandt de 8-17-årige. Det fremgår af figur 2.

Figur 2

Andel 8-17-årige, der har en profil på (A) Snapchat, fordelt på alder, i pct., 2026



Anm.: Figur 2 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du en profil på [Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook]?". Alle undersøgelsens 1.053 respondenter i alderen 8-17 år har besvaret spørgsmålet.

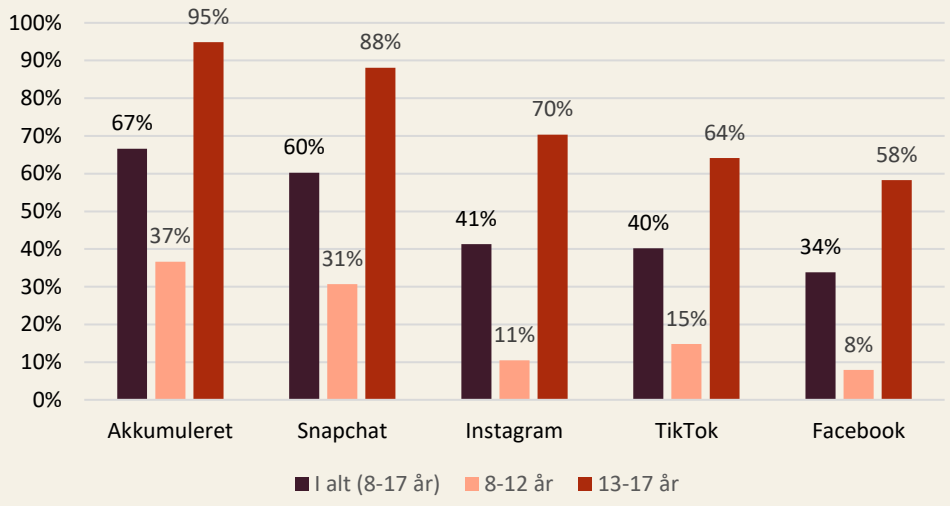
Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

Snapchat er den mest populære platform blandt de 8-17-årige, hvor 60 pct. har en profil. Derefter følger Instagram (41 pct.), TikTok (40 pct.) og Facebook (34 pct.).

Som det fremgår af figur 1 og 2, er der en del børn under 13 år, der har en profil på platformene, selvom de ifølge platformenes egne aldersgrænser ikke må være der. Det illustreres også af nedenstående figur 3, der viser andelen af 8-12-årige, 13-17-årige samt den samlede gruppe (de 8-17-årige), der har en profil på platformene. Søjlen "Akkumuleret" i figuren viser andelen, der har en profil på mindst én af platformene.

Figur 3

Andel, der har en profil på Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook, fordelt på aldersgrupper, i pct., 2026



Anm.: Figur 3 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du en profil på [Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook]?". Alle undersøgelsens 1.053 respondenter i alderen 8-17 år har besvaret spørgsmålet. Akkumuleret viser andelene, der har en profil på mindst én af platformene.

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

37 pct. af de 8-12-årige har en profil på mindst én af platformene. Det gælder for 95 pct. af de 13-17-årige.

Blandt de 8-12-årige er Snapchat den mest populære platform, hvor 31 pct. af gruppen har en profil. Derefter følger TikTok (15 pct.), Instagram (11 pct.) og Facebook (8 pct.).

Blandt de 13-17-årige er Snapchat ligeledes den mest populære platform, hvor 88 pct. af gruppen har en profil. Derefter følger Instagram (70 pct.), TikTok (64 pct.) og Facebook (58 pct.).

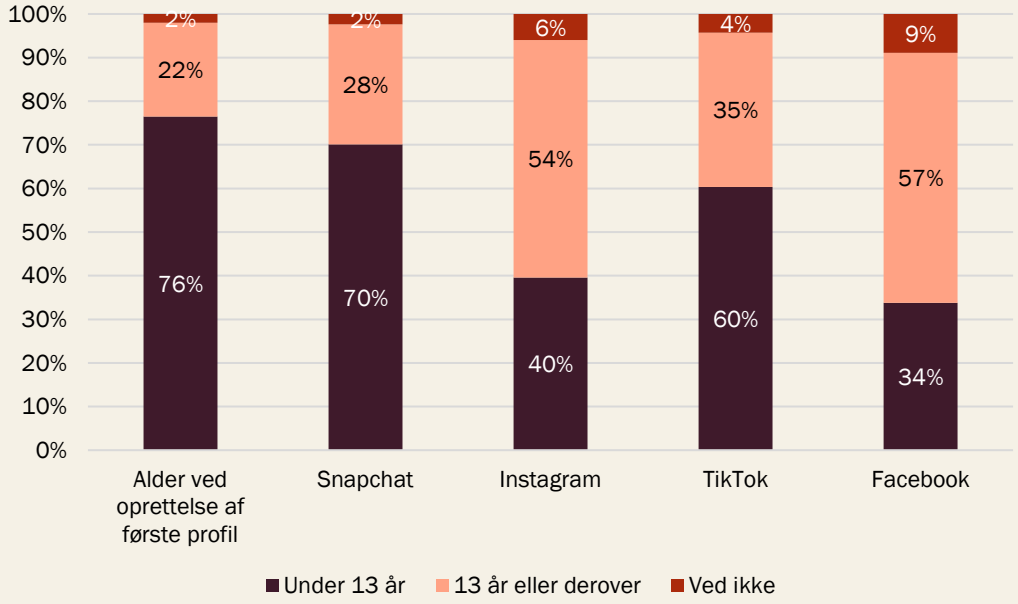
Snapchat er dermed den mest populære platform blandt de forskellige aldersgrupper, mens Facebook er den platform, som færrest i grupperne har en profil på.

2.2 Alder ved oprettelse af profil

Mange af dem, der har en profil på platformene, har oprettet den, inden de fyldte 13 år. Det fremgår af figur 4. Søjlen "Alder ved oprettelse af første profil" i figuren viser andelene, der var henholdsvis under 13 år, 13 år eller derover, da de oprettede deres første profil.

Figur 4

Alder ved oprettelse af profil på Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook, i pct., 2026



Anm.: Figur 4 er baseret på svar på spørgsmålet: "Hvor gammel var du, da du lavede din profil på [Snapchat, Instagram, TikTok og Facebook]?". Figuren er baseret på svar fra 701 respondenter i alderen 8-17 år. Kun respondenter, der har angivet, at de har en profil på den respektive platform, indgår i beregningerne. Søjlen "Alder ved oprettelse af første profil" viser andelene, der var henholdsvis under eller 13 år eller derover, da de oprettede deres første profil.

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

Det ses af figuren, at 76 pct. af de 8-17-årige, der har en profil, oprettede deres første profil, da de var under 13 år gamle.

Det ses også, at Snapchat er den platform, hvor relativt flest har oprettet deres profil, inden de fyldte 13 år. 70 pct. af dem, der har en profil på Snapchat, var under 13 år, da de oprettede den. Det gælder for 60 pct. af dem, der har TikTok, 40 pct. af dem, der har Instagram, og 34 pct. af dem, der har Facebook.

2.3 Hvad siger reglerne?

Ifølge Europa-Kommissionens retningslinjer[6] til artikel 28, stk. 1, i DSA bør udbydere af onlineplatforme gennemføre passende og forholdsmæssige foranstaltninger for at beskytte mindreårige. Foranstaltningerne bør mindske risikoen for, at mindreårige får oplevelser med tjenester, indhold, adfærd, kontakt eller handelspraksis, der underminerer privatlivets fred samt deres tryghed og sikkerhed.

Foranstaltninger, der begrænser adgangen på baggrund af alder, er et effektivt middel til at forfølge disse formål, når de kombineres med værktøjer til *alderssikring*[7].[8]

De mest almindelige alderssikringsforanstaltninger, der i øjeblikket er tilgængelige og anvendes af onlineplatforme, kan opdeles i tre brede kategorier:

i) egenerklæring
ii) aldersvurdering
iii) alderskontrol

Alderssikringsforanstaltninger skal være passende og forholdsmæssige, hvilket indebærer, at løsningen ikke må være let at omgå for mindreårige.
Ifølge Europa-Kommissionen er egenerklæring ikke en passende alderssikringsmetode til at sikre beskyttelse af mindreårige i overensstemmelse med artikel 28, stk. 1, i DSA.

Alderssikringsforanstaltninger

i) *Egenerklæring* hviler på den enkelte brugers oplysninger om sin alder eller aldersgruppe og sker typisk ved, at brugeren frivilligt angiver sin fødselsdato eller alder eller ved at erklære (for eksempel med et flueben i en boks), at brugeren er over en bestemt alder.
ii) *Aldersvurdering* er metoder, der gør det muligt for en udbyder af en onlineplatform at fastslå, at en bruger sandsynligvis har en bestemt alder, tilhører en bestemt aldersgruppe eller er over/under en bestemt alder. Det kan for eksempel være ved vurdering af en brugers ansigt eller lignende.
iii) *Alderskontrol* er et system, der bygger på fysiske identifikatorer som pas eller verificerede identifikationskilder, som giver en høj grad af sikkerhed ved fastsættelsen af en brugers alder.

Effektive alderssikringsværktøjer kan hjælpe med at sikre beskyttelse af mindreårige mod adgang til ikke-alderssvarende indhold online som gambling og pornografi eller mod at blive udsat for andre risici som grooming.

[6] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online.
[7] "*Alderssikring*": omfatter tekniske foranstaltninger, der gør det muligt for onlineplatforme på mere eller mindre nøjagtige, pålidelige og robuste måder at registrere brugerens alder.
[8] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 8, pkt. 25

Kapitel 3: Børn og unges oplevelser på sociale medier

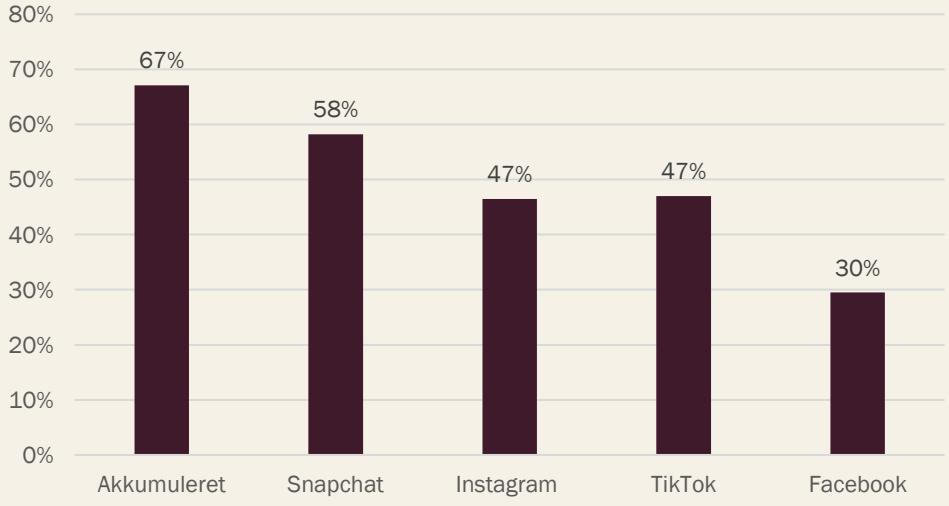
På de sociale medier kan børn og unge blive udsat for forskellige risici, for eksempel skadeligt indhold og kontakt med fremmede. 67 pct. af de 13-17-årige, der har en profil, har oplevet at blive kontaktet af en fremmed, og 72 pct. af gruppen har set billeder eller videoer af vold, stoffer, alkohol eller tobaks- og nikotinprodukter.

3.1.1 Kontakt med fremmede

Børn og unge bliver ofte kontaktet af fremmede på platformene, hvilket fremgår af figur 5. Søjlen "Akkumuleret" i figuren viser andelen af børn og unge, der har en profil på mindst én af platformene, og som har oplevet at blive kontaktet af en fremmed. En fremmed defineres som en person, man hverken kender eller har fælles venner med. Kontakten kan for eksempel ske ved, at den mindreårige modtager en besked eller får tilsendt indhold fra den fremmede uden forudgående kontakt.

Figur 5

Andel 13-17-årige, der har en profil på Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook, og som har oplevet at blive kontaktet af en fremmed, i pct., 2026



Anm.: Figur 5 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du oplevet, at en person, du ikke kendte, kontaktede dig på [Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook], uden at I havde fælles venner eller følgere?". Figuren er baseret på svar fra 514 respondenter i alderen 13-17 år. Kun respondenter, der har angivet, at de har en profil på den respektive platform, indgår i beregningerne. Akkumuleret viser den samlede andel 13-17-årige, der har en profil på mindst én af platformene, og som har oplevet at blive kontaktet af en fremmed.

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

67 pct. af de 13-17-årige, der har en profil på én eller flere af platformene, har oplevet at blive kontaktet af en fremmed.

Snapchat er den platform, hvor relativt flest har oplevet at blive kontaktet af en fremmed. Således har 58 pct. af gruppen, der har en profil på Snapchat, oplevet det. Derefter følger TikTok og Instagram (begge 47 pct.) og Facebook (30 pct.).

3.1.2 Hvad siger reglerne?

Standardkontoindstillinger

Et vigtigt redskab i forbindelse med beskyttelsen af børn og unge på onlineplatforme er standardindstillinger. Det er de indstillinger, der gælder automatisk, indtil brugeren selv ændrer dem. Et højt niveau af beskyttelse ved standardindstillinger for børn kan nemlig afbøde visse risici, herunder for eksempel uønsket kontakt fra personer, der søger at skade mindreårige.[9]

Det fremgår af Europa-Kommissionens retningslinjer til artikel 28, stk. 1, i DSA, at udbydere af onlineplatforme, som er tilgængelige for mindreårige, bør sikre, at principperne om indbygget beskyttelse (*protection by design*) af privatlivets fred samt af trygheden og sikkerheden konsekvent anvendes ved alle kontoindstillinger for mindreårige.[10] Dette betyder, at hensynet til mindreåriges privatliv, tryghed og sikkerhed indarbejdes i platformens design fra starten, og at der skal tilbydes sikre og alderssvarende indstillinger for mindreårige, som tager hensyn til de mindreåriges løbende udvikling af deres evner.[11]

Disse standardindstillinger bør bl.a. sikre, at

i. mindreåriges konti kun giver mulighed for interaktion såsom likes, tags, kommentarer, direkte beskeder, genopslag og omtaler fra konti, som den mindreårige tidligere har accepteret.[12]
ii. mindreårige ikke på nogen måde tilskyndes eller lokkes til at ændre deres indstillinger til et lavere niveau for privatlivets fred, tryghed og sikkerhed, og at eventuelle muligheder for at ændre standardindstillinger præsenteres på en neutral måde.[13]
iii. den mindreårige aldrig let kan findes eller kontaktes af konti, som den mindreårige ikke tidligere har accepteret som kontakter.[14]

Standardindstillinger bør sikre følgende:

- Kun interaktion fra accepterede konti.
- Ingen tilskyndelse til lavere beskyttelse – ændringsmulighederne vises neutralt.
- Mindreårige kan ikke let findes eller kontaktes ad andre end accepterede kontakter.



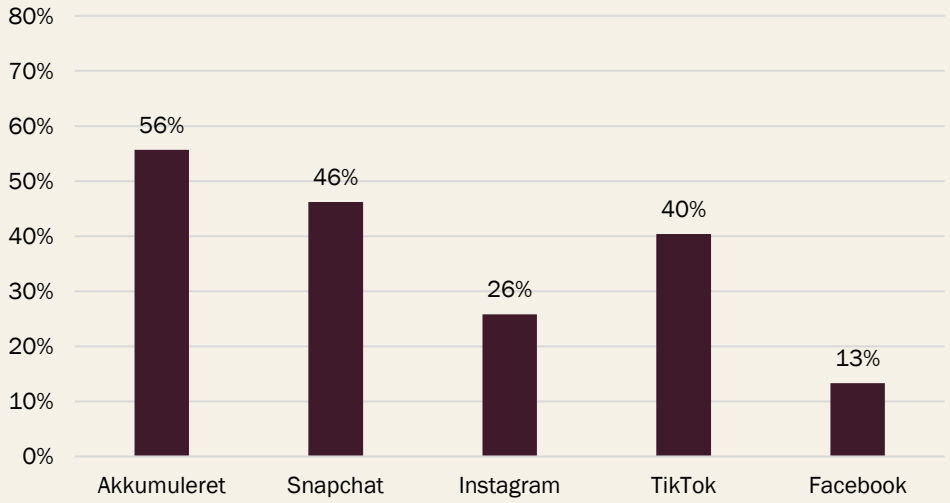
[9] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 7, pkt. 57
[10] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 17, pkt. 57, litra a)
[11] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 17, pkt. 57, litra b)
[12] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 17, pkt. 57, litra b), pkt. i
[13] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 19, pkt. 57, litra e)
[14] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 19, pkt. 59, litra b)

3.2.1 Eksponering for bl.a. ulovlige produkter

På platformene er der mange børn og unge, der har set indhold, hvor nogen prøvede at sælge eller reklamere for ulovlige produkter (for eksempel stoffer) eller produkter, som børn og unge ikke må købe (for eksempel alkohol og cigaretter). Det fremgår af figur 6.

Figur 6

Andel 13-17-årige, der har en profil på Snapchat, Instagram, TikTok eller Facebook, og som har set forsøg på salg/reklame af ulovlige produkter/produkter børn og unge ikke må købe, i pct., 2026



Anm.: Figur 6 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du set nogen på [Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook], som prøvede at sælge eller reklamere for ulovlige produkter eller produkter, som børn og unge ikke må købe? Det kan fx være stoffer, alkohol og cigaretter/vapes/puff bars". Figuren er baseret på svar fra 514 respondenter i alderen 13-17 år. Kun respondenter, der har angivet, at de har en profil på den respektive platform, indgår i beregningerne. Akkumuleret viser den samlede andel 13-17-årige, der har en profil på mindst én af platformene, og som har set forsøg på salg/reklame af disse produkter.

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

56 pct. af de 13-17-årige, der har en profil på én eller flere af platformene, har set nogen, der prøvede at sælge/reklamere for ulovlige produkter eller produkter, børn og unge ikke må købe. Det kunne for eksempel være direkte kontakt med forsøg på salg af vapes som puff bars, der er populære blandt unge, eller forsøg på salg af narkotika.[15]

Snapchat er den platform, hvor relativt flest har set det. Det gælder for 46 pct. af gruppen, der har Snapchat. Derefter følger TikTok (40 pct.), Instagram (26 pct.) og Facebook (13 pct.).

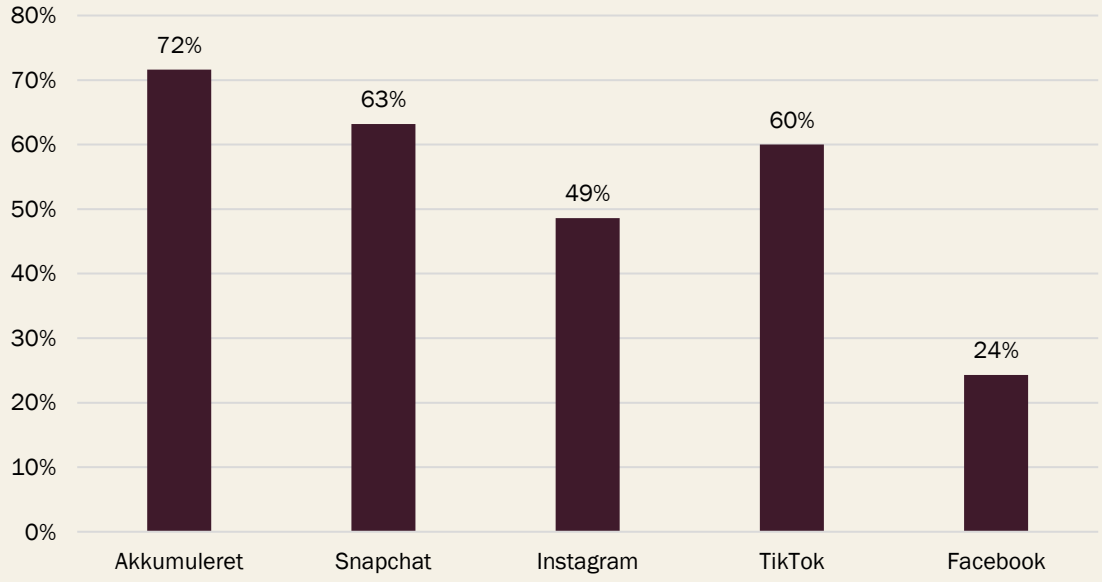
3.2.2 Eksponering for vold, stoffer, alkohol og tobaks- og nikotinprodukter

På platformene er der mange, der har set billeder eller videoer af vold, stoffer, alkohol eller tobaks- og nikotinprodukter. Det fremgår af figur 7.

[15] Narkotikasalg på sociale medier som for eksempel Snapchat

Figur 7

Andel 13-17-årige, der har en profil på Snapchat, Instagram, TikTok eller Facebook, og som har set billeder/videoer af vold, stoffer, alkohol eller tobaks- og nikotinprodukter, i pct., 2026



Anm.: Figur 7 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du set billeder eller videoer på [Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook], som indeholdt noget af følgende?". Svarmuligheder: Ja, voldelige videoer eller billeder; Ja, alkohol; Ja, cigaretter/vapes/puff bars/snus; Ja, stoffer; Nej, jeg har ikke set noget af det; Ved ikke. Figuren er baseret på svar fra 514 respondenter i alderen 13-17 år. Kun respondenter, der har angivet, at de har en profil på den respektive platform, indgår i beregningerne. Akkumuleret viser den samlede andel 13-17-årige, der har en profil på mindst én af platformene, og som har set noget af dette indhold.

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

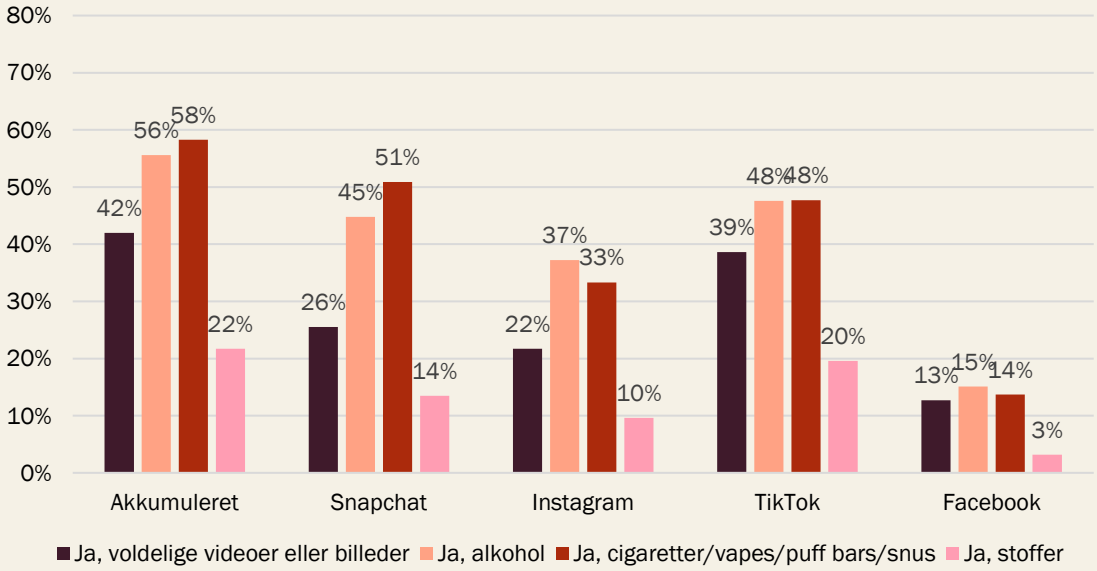
72 pct. af de 13-17-årige, der har en profil på én eller flere af platformene, har set billeder eller videoer af vold, stoffer, alkohol eller tobaks- og nikotinprodukter. Det kunne for eksempel være voldelige videoer eller billeder i platformens feed.

Snapchat er den platform, hvor relativt flest har set noget af dette indhold. 63 pct. af gruppen, der har Snapchat, har set det. Derefter følger TikTok (60 pct.), Instagram (49 pct.) og Facebook (24 pct.).

Nedenstående figur 8 viser de særskilte andele for vold, stoffer, alkohol og tobaks- og nikotinprodukter fordelt på de enkelte platforme og samlet set (akkumuleret).

Figur 8

Andel 13-17-årige, der har en profil på Snapchat, Instagram, TikTok eller Facebook, og som har set billeder/videoer af vold, stoffer, alkohol eller tobaks- og nikotinprodukter fordelt på type af indhold, i pct., 2026



Anm.: Figur 8 er baseret på svar på spørgsmålet: "Har du set billeder eller videoer på Snapchat, som indeholdt noget af følgende?". Svarmuligheder: Ja, voldelige videoer eller billeder; Ja, alkohol; Ja, cigaretter/vapes/puff bars/snus; Ja, stoffer; Nej, jeg har ikke set noget af det; Ved ikke. Figuren er baseret på svar fra 514 respondenter i alderen 13-17 år. Kun respondenter, der har angivet, at de har en profil på den respektive platform, indgår i beregningerne. Akkumuleret viser den samlede andel 13-17-årige, der har en profil på mindst én af platformene, og som har set noget af dette indhold.

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af Voxmeter 2026.

Kigger man på den samlede gruppe af 13-17-årige, der har en profil på én eller flere af platformene (akkumuleret), kan det ses, at:

- 42 pct. har set billeder/videoer af voldeligt indhold.
- 56 pct. har set billeder/videoer af alkohol.
- 58 pct. har set billeder/videoer af tobaks- og nikotinprodukter (for eksempel cigaretter eller puff bars).
- 22 pct. har set billeder/videoer af stoffer.

Kigger man på de enkelte platforme, kan det ses, at 39 pct. af gruppen, der har en profil på TikTok, har set voldeligt indhold. Derefter følger Snapchat (26 pct.), Instagram (22 pct.) og Facebook (13 pct.).

Hvad angår indhold med alkohol, er det 48 pct. af gruppen, der har en profil på TikTok, der har set det. Derefter følger Snapchat (45 pct.), Instagram (37 pct.) og Facebook (15 pct.).

Hvad angår indhold med cigaretter og lignende, har 51 pct. af gruppen med en profil på Snapchat set det. Derefter følger TikTok (48 pct.), Instagram (33 pct.) og Facebook (14 pct.).

Hvad angår indhold med stoffer, er det 20 pct. af gruppen, der har TikTok, der har set det. Derefter følger Snapchat (14 pct.), Instagram (10 pct.) og Facebook (3 pct.).

3.2.3 Hvad siger reglerne?



Anbefalingssystemer

Anbefalingssystemer fastlægger den måde, hvorpå oplysninger prioriteres, optimeres og vises. Sådanne systemer har derfor en vigtig indvirkning på, om og i hvilket omfang mindreårige eksponeres for visse typer indhold, kontakter eller adfærd online. Anbefalingssystemer kan udgøre og forværre risici for den mindreåriges privatliv, tryghed og sikkerhed online ved for eksempel at udbrede ulovligt eller skadeligt indhold.[16]

Udbydere af onlineplatforme, der er tilgængelige for mindreårige, og som bruger anbefalingssystemer, bør i medfør af Europa-Kommissionens retningslinjer til artikel 28 i DSA gennemføre foranstaltninger for at sikre, at anbefalingssystemer ikke muliggør eller letter udbredelsen af ulovligt indhold, herunder strafbare handlinger begået mod mindreårige eller strafbare handlinger begået af mindreårige.[17]

Indholdsmoderation

Onlineplatformes moderation af indhold er også et vigtigt værktøj til at mindske mindreåriges eksponering for indhold og adfærd, der er skadelig for privatlivets fred, tryghed og sikkerhed, herunder ulovligt indhold eller indhold, som kan skade de mindreåriges fysiske eller mentale udvikling. Onlineplatformes indholdsmoderation kan også bidrage til forebyggelse af kriminalitet.

I medfør af Europa-Kommissionens retningslinjer til artikel 28, stk. 1, bør onlineplatforme indføre en række foranstaltninger, herunder indføre effektive teknologier, interne mekanismer og forebyggende foranstaltninger for at mindske risikoen for, at indhold og adfærd, som er skadelig for privatlivets fred, sikkerhed eller tryghed for de mindreårige, bliver anbefalet til disse.[18]

[16] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online i henhold til artikel 28, stk. 4, i forordning (EU) 2022/2065, s. 21, pkt. 62
[17] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 22, pkt. 65, litra i)
[18] Europa-Kommissionens retningslinjer om foranstaltninger til at sikre et højt niveau af privatlivets fred, tryghed og sikkerhed for mindreårige online, s. 27, pkt. 72, litra g)

Europa-Kommissionens igangværende sager

Snapchat

Europa-Kommissionen indledte i marts 2026 en sag mod Snapchat for overtrædelse af artikel 28, stk. 1, i DSA. Europa-Kommissionen undersøger i denne forbindelse, om Snapchat har overtrådt regler i DSA ved at udsætte mindreårige for risici som forsøg på grooming og rekruttering til kriminelle formål samt for oplysninger om salg af ulovlige varer som narkotika eller aldersbegrænsede produkter som vapes og alkohol.

Sagen vedrører også standardkontoindstillinger (der skal give mindreårige tilstrækkelig beskyttelse af privatliv og sikkerhed), anmeldelsesmekanismer (der skal lade brugere anmelde ulovligt indhold til platformen) og afbødning af systemiske risici (herunder brug af indholdsmoderationsværktøjer til at forhindre spredning af ulovligt indhold).[19]

TikTok

Europa-Kommissionen indledte i februar 2024 en sag mod TikTok om overtrædelse af regler i DSA, som knytter sig til beskyttelse af mindreårige, gennemsigtighed i reklamer,[20] forskeres adgang til data[21] samt risikostyring af afhængighedsskabende design og skadeligt indhold.[22]

I februar 2026 fandt Europa-Kommissionen foreløbigt, at TikToks brug af vanedannende design udgør en overtrædelse af DSA.[23] I juli 2026 fandt Europa-Kommissionen derudover foreløbigt, at mindreåriges TikTok-konti ikke opfylder kravet om beskyttelse af mindreåriges sikkerhed efter DSA, idet mindreårige kan vælge at angive deres konto som "offentlig", hvorved den mindreåriges profil og indhold kan ses af enhver bruger af TikTok.[24]

Meta

Europa-Kommissionen indledte i maj 2024 en sag mod udbyderen Meta for at vurdere, om Meta overtrådte regler i DSA, som knytter sig til beskyttelsen af mindreårige på tjenesterne Instagram og Facebook. Europa-Kommissionen tog på dette tidspunkt sager op om manglende afbødning af risici forbundet med vanedannende design og manglende overholdelse af reglerne om beskyttelse af mindreårige, herunder navnlig manglende brug af afbødende foranstaltninger til at forhindre mindreåriges adgang til upassende indhold på platformen.[25]

I april 2026 fandt Europa-Kommissionen foreløbigt, at Metas tjenester Instagram og Facebook havde overtrådt DSA ved ikke omhyggeligt at identificere, vurdere og afbøde risikoen for, at mindreårige under 13 år får adgang til deres tjenester.[26]

[19] Kommissionen undersøger Snapchats overholdelse af reglerne om beskyttelse af børn i henhold til de digitale tjenester
[20] Commission accepts TikTok's commitments on advertising transparency under the Digital Services Act | Shaping Europe's digital future
[21] DSA - Commission preliminarily finds TikTok and Meta in breach of their transparency obligations
[22] FORORDNINGEN OM DIGITALE TJENESTER: Kommissionen indleder en formel procedure mod TikTok
[23] Commission preliminarily finds TikTok's addictive design in breach of the Digital Services Act
[24] Kommissionen finder foreløbigt, at TikTok har overtrådt forordningen om digitale tjenester
[25] FORORDNINGEN OM DIGITALE TJENESTER: Kommissionen indleder en formel procedure mod Meta
[26] Kommissionen finder foreløbigt, at Meta overtræder forordningen om digitale tjenester

Kapitel 4: Metode

”Børn og unges brug af sociale medier 2026” er baseret på data fra undersøgelsen ”Spørgeskemaundersøgelse blandt børn og unge i aldersgruppen 8-17 år”, der er gennemført af Voxmeter på vegne af Digitaliseringsstyrelsen. Spørgeskemaundersøgelsens resultater er et udtryk for respondenternes selvvurderede brug af og oplevelser med platformene.

Spørgeskemaet er tilpasset målgruppen og er blevet brugertestet af 4 børn i alderen 8-16 år. 1.053 respondenter i alderen 8-17 år har besvaret spørgeskemaet. Undersøgelsen er repræsentativ for målgruppen på tværs af alder, køn og region.

Undersøgelsens resultater er behæftet med en vis usikkerhed. For eksempel er den statistiske usikkerhed for resultater baseret på 1.000 respondenter med en 50/50-svarfordeling cirka ±3,1 pct.-point ved et 95 pct. konfidensniveau. Afhængigt af svarfordelingen kan usikkerheden være større eller mindre, når resultaterne opgøres for mindre grupper. Respondentgrundlaget for resultaterne er anmærket i figurerne.

Data er indsamlet i perioden 15. juli til 11. august 2026.

Se Voxmeters metodebilag for en uddybning af undersøgelsens metode.





Digitaliserings-
styrelsen