

Fællesskaber, digitale køb og influencerreklame i børn og unges gamingliv

unicef 

for alle verdens børn

Center for
Digital Pædagogik

Udgivelsesdato: 6. maj 2026

Undersøgelsen er udarbejdet i et samarbejde mellem Center for Digital Pædagogik og UNICEF Danmark med støtte fra TrygFonden.

UNICEF Danmark og Center for Digital Pædagogik bærer det redaktionelle og faglige ansvar for undersøgelsens indhold.

Datagrundlag og databehandling:

Indsamling af kvantitative data er foretaget af Epinion for Center for Digital Pædagogik og UNICEF Danmark.

Indsamling og bearbejdning af kvalitative interviews er foretaget af Center for Digital Pædagogik.

Databehandling og bidrag til rapportens analyse er foretaget af Analyse & Tal.



Analyse & Tal

Layout og grafisk design er udført af Center for Digital Pædagogik.

Tak: En særlig tak til de børn og unge, der har bidraget til undersøgelsens datagrundlag og til Daniel Larsen fra KFUM's Sociale Arbejde for fagligt review af rapporten.

Center for Digital Pædagogik

Skanderborgvej 156

8260 Viby J, Aarhus

Telefon +45 86 37 04 00

info@cfdp.dk

UNICEF Danmark

Rentemestervej 62

2400 København NV

Telefon +45 35 27 38 00

unicef@unicef.dk

Denne publikation eller dele af den må reproduceres til ikke-kommercielle formål med tydelig angivelse af kilde.

Indhold

Baggrund og metode	4
Hvad kan undersøgelsen bruges til?	5
Undersøgelsens nøgleresultater	6

KAPITEL 1

Discord er et samlingssted for børn og unge der gamer	7
Halvdelen af børn og unge bruger Discord	9
Størstedelen bruger Discord til kontakt med venner	10
Discord hjælper med at vedligeholde venskaber	12

KAPITEL 2

Ubehagelige oplevelser på Discord	14
Mere end halvdelen af børn og unge har oplevet noget ubehageligt på Discord	17
En ud af tre taler med nogen om ubehagelige oplevelser på Discord	19

KAPITEL 3

Børn og unges forhold til loot boxes	21
Drenge køber oftere loot boxes end piger	24
Tæt på halvdelen køber loot boxes for indholdet	26
Køb af loot boxes giver hver tredje lyst til endnu et køb	28

KAPITEL 4

Børn og unges erfaringer med gaming-influencere	29
Halvdelen af børn og unge er blevet opfordret til køb af gaming-influencere	31
Næsten halvdelen har oplevet skjult reklame fra en gaming-influencer	33

Baggrund og metode

Gaming fylder meget i børn og unges liv men får ikke specielt meget opmærksomhed i debatten. Mens anbefalinger om at begrænse skærmen fylder i skoler og klubber, fortsætter børn og unge med at mødes, tale sammen og dyrke relationer gennem gaming, heriblandt på Discord. Samtidig møder de mekanismer som loot boxes i deres foretrukne spil, og både på Discord og andre platforme påvirker gaming-influencere dem på måder, der kan være svære at gennemskue uden voksenstøtte.

Derfor har vi undersøgt, hvilke erfaringer børn og unge i alderen 11–16 år har haft med Discord, loot boxes og gaming-influencere. Formålet er at give voksne et indblik i dele af børn og unges online liv og pege på, hvordan vi bedst kan støtte dem i at navigere trygt og nysgerrigt i det.

Undersøgelsen bygger på svar fra 1.785 børn og unge i alderen 11–16 år fra hele Danmark. Epinion har indsamlet data gennem en webbaseret spørgeskemaundersøgelse udsendt i december 2025. Undersøgelsen er sendt til forældrene, der efterfølgende har bedt deres barn om at udfylde skemaet.

Efterfølgende har Epinion rensset data for ugyldige besvarelser og vægtet dem, så stikprøven afspejler børnegruppen på køn, alder og region.

Spørgeskemaet har afdækket børn og unges brug af Discord og oplevelser på platformen, forbrug af loot boxes og erfaringer med gaming-influencere. Nogle af de adspurgte børn og unge er blevet sendt videre til opfølgende spørgsmål afhængigt af deres svar, hvilket betyder, at antallet af svar varierer. Resultater med for få besvarelser er udeladt for at sikre pålidelighed.

Vi har gennemført fire gruppeinterviews med i alt 14 børn og unge fra samme aldersgruppe i perioden januar-marts 2026. Interviewdeltagerne er anonyme og optræder med citater under andre navne. De gaming-influencere, som deltagerne nævner i interviewene, er anonymiseret i undersøgelsens citater. Interviewene supplerer tallene ved at udfolde børn og unges erfaringer med Discord, loot boxes og gaming-influencere.

Hvad kan undersøgelsen bruges til?

Undersøgelsen giver et indblik i børn og unges erfaringer med Discord, loot boxes og gaming-influencere. Indsigterne kan gøre det lettere at starte samtaler med børn og unge og støtte dem gennem dialog om det, de møder på nettet.

I samtalen med børn og unge kan vi voksne til tider have et snævert fokus på timer og minutter, når det handler om gaming. Det er forståeligt i en travl hverdag, hvor det digitale skal balanceres med søvn, lektier og motion, men det fokus kan stå i vejen for de vigtige samtaler.

Et barn kan komme galt afsted på blot få minutter, hvis tiden går med gambling eller eksponering for skjult reklame, mens andre børn kan opleve en positiv værdi for deres relationer, når de gamer i timevis og holder kontakten over Discord.

Derfor er den oprigtige samtale på børn og unges præmisser vigtig. Det kan give dem mod på at betro sig til os, når noget er svært. Spørgsmål, der handler om oplevelser frem for tid og forbrug, kan åbne op for samtaler, hvor børn og unge kan dele både de gode og de dårlige oplevelser.

Overvej derfor spørgsmål som: "taler du med nogen, mens du spiller?" hver gang du stiller et spørgsmål som: "hvor mange timer spiller du FIFA?".

Hvad undersøgelsen handler om

Discord er et socialt medie, der kan minde om Microsoft Teams og Slack, og som især bruges af gamere. Platformen tilbyder private servere for små og større fællesskaber, hvor børn og unge samles og kommunikerer via tale, tekst, billeder og videoer.

En loot box er en virtuel lykkepose, der kan tilkøbes i nogle videospil. Indholdet er tilfældigt, og oftest kan gevinsten omsættes til penge enten gennem spillets egen platform, uofficielle hjemmesider eller grupper på sociale medier.

En gaming-influencer er en person, der spiller videospil og deler det online, så andre kan følge med. Gaming-influencere viser typisk deres indhold på platforme som Twitch og YouTube. De tjener penge gennem reklamer, sponsorater, donationer og salg af egne produkter.

Undersøgelsens nøgleresultater

01

Næsten halvdelen af børn og unge bruger Discord

47% af børn og unge bruger Discord, og der er tydelige kønsforskelle: 69% af drengene bruger Discord, mens det gælder for 25% af pigerne.

02

Discord bruges til at snakke med venner og holde kontakten med dem

83% bruger Discord til at snakke med venner, mens de gamer. 49% har svaret, at Discord har hjulpet dem med at holde kontakten med venner.

03

Ubehagelige oplevelser er udbredte på Discord

53% af børn og unge har oplevet noget ubehageligt på platformen. 32% har oplevet grimt sprog, og 22% har oplevet hadefuldt indhold som fx racisme.

04

Blot 33% taler med nogen om ubehagelige oplevelser på Discord

52% ignorerer det, når de oplever noget ubehageligt. 44% blokerer personen og blot 33% taler med nogen om det.

05

En tredjedel får lyst til købe en ny loot box, efter de har åbnet en

52% af børn og unge har brugt penge på loot boxes. 34% får lyst til at købe endnu en loot box, når de har åbnet en.

06

Gaming-influencere opfordrer børn og unge til køb

48% af børn og unge har oplevet, at gaming-influencere har opfordret dem til at bruge penge.

01

Discord er et samlingssted for børn og unge der gamer

unicef 

for alle verdens børn

Center for
Digital Pædagogik

NØGLETAL OM BØRN OG UNGES BRUG AF DISCORD

47%

af børn og unge bruger Discord.

83%

af de børn og unge, der er på Discord, bruger det til at snakke med venner, mens de gamer.

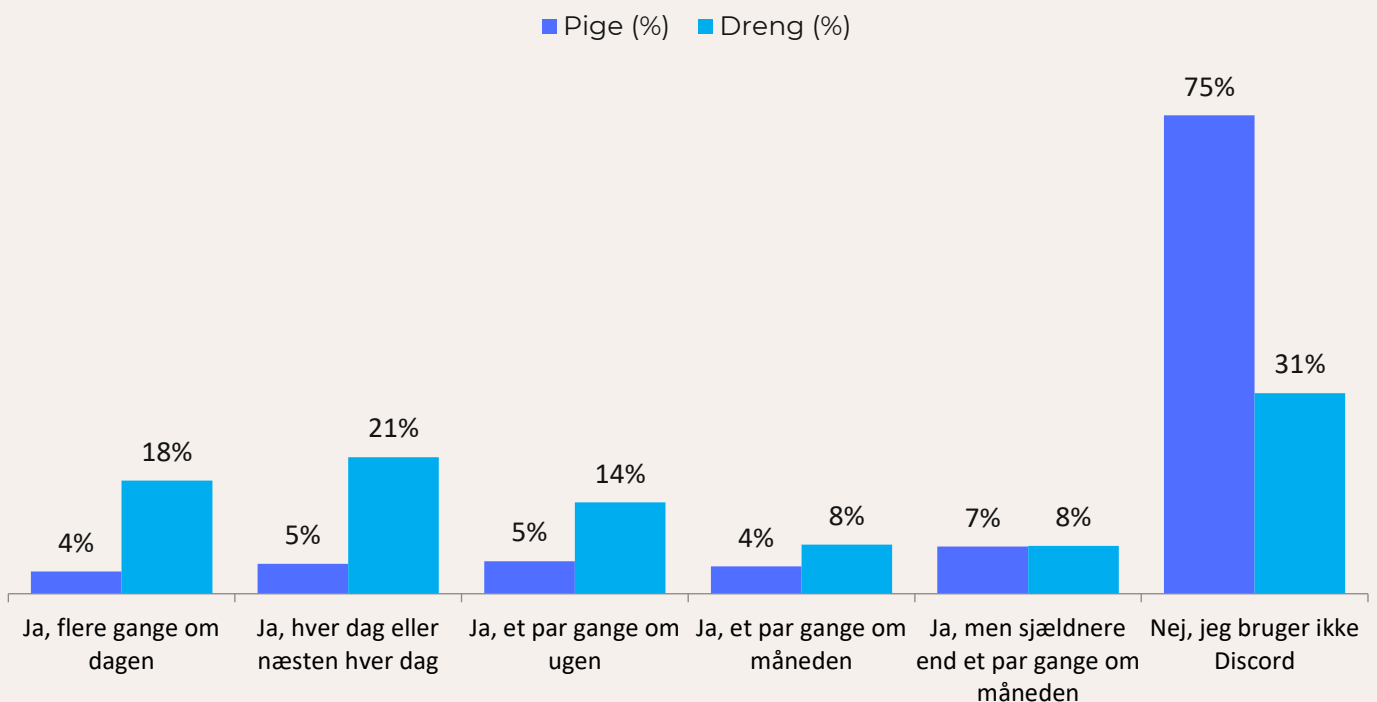
Halvdelen af børn og unge bruger Discord

Vi har spurgt 1.785 børn og unge i alderen 11-16 år, om de bruger Discord. 837 (47%) bruger platformen i varierende grad. Det er i høj grad drenge, der bruger Discord (69%).

Blandt drengene er brugen hyppig: 18% bruger Discord flere gange om dagen, og 21% bruger platformen hver dag/næsten hver dag.

Blandt pigerne er det en mindre andel, der bruger Discord (25%), og de bruger også platformen sjældnere end drengene. 4% af pigerne bruger Discord flere gange om dagen, og 5% bruger platformen hver dag/næsten hver dag.

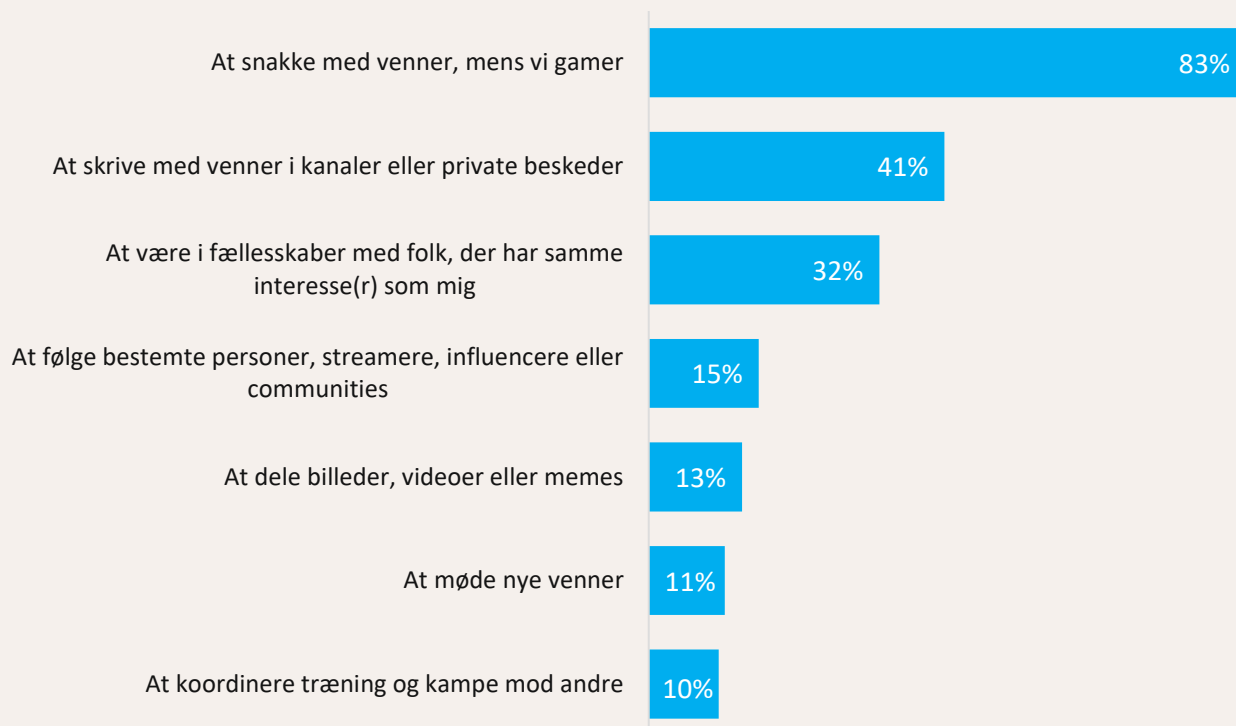
Bruger du Discord?



Fuld spørgsmålsformulering: "Bruger du Discord? (Discord er et socialt medie, hvor gamere og folk med andre interesser samles)" (N=1785)

Størstedelen bruger Discord til kontakt med venner

Hvad bruger du Discord til?



Fuld spørgsmålsformulering: "Hvad bruger du Discord til? (Du må gerne vælge flere svar)" (N=845)

Børn og unges brug af Discord er tæt knyttet til sociale relationer og fællesskaber. En stor andel (83%) bruger Discord til at snakke med venner, mens de spiller. Platformen bruges også til at udveksle beskeder med venner (41%).

Knap en tredjedel (32%) bruger Discord til at være i interessefællesskaber med andre, og 15% har svaret, at de bruger Discord til at følge influencere eller bestemte personer.

"Det er faktisk kun Discord, jeg snakker med nogen på, når jeg spiller computer. Jeg snakker også meget over telefonen via Discord-appen."

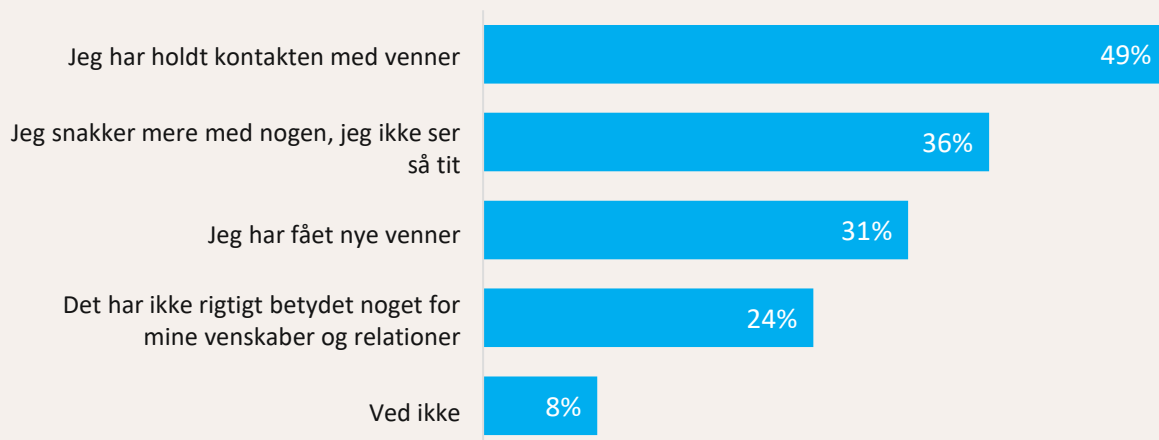
- Nathan

”Jeg bruger Discord til de venner, jeg gamer med. Især folk fra esportsforeningen og folk jeg møder online. Jeg er også inde på servere med andre pigespillere, hvor jeg ved, der er piger, der vil spille med mig.”

- Ella

Discord hjælper med at vedligeholde venskaber

Har Discord haft nogen betydning for dine venskaber og relationer?



Fuld spørgsmålsformulering: "Har Discord haft nogen betydning for dine venskaber og relationer? Vælg gerne alle dem, der passer på dine oplevelser." (N=845)

Resultaterne viser, at Discord spiller en positiv rolle for børn og unges sociale liv. Halvdelen (49%) bruger eksempelvis Discord til at holde kontakt med venner, mens mere end hver tredje (36%) bruger platformen til at snakke med nogen, de ikke ser så tit.

Men Discord bruges også af børn og unge til mere end at vedligeholde venskaber. Eksempelvis svarer 31%, at de har fået nye venner på platformen.

"Jeg snakker med folk fra min klasse eller min fætter på Discord. Jeg gør det mest med venner, men jeg har også et par stykker, jeg har mødt online."

- Manfred

”Vi har desværre ikke særlig meget kontakt længere, men vi holdt den i to år efter, jeg var flyttet, og der var det eneste, vi snakkede over, det var altså Discord.”

- Alfred

02

Ubehagelige oplevelser på Discord

unicef 
for alle verdens børn

Center for
Digital Pædagogik

NØGLETAL OM BØRN OG UNGES UBEHAGELIGE OPLEVELSER PÅ DISCORD

53%

har oplevet noget ubehageligt på Discord.

33%

taler med nogen, når de oplever noget ubehageligt på Discord.

14%

har set voldsomme billeder og videoer, de ikke havde lyst til at se.

”Jeg har ikke haft så mange dårlige oplevelser på Discord, men der er mange pornografiske GIFs på nogle servere. Jeg så også en video af en person, der blev hængt.”

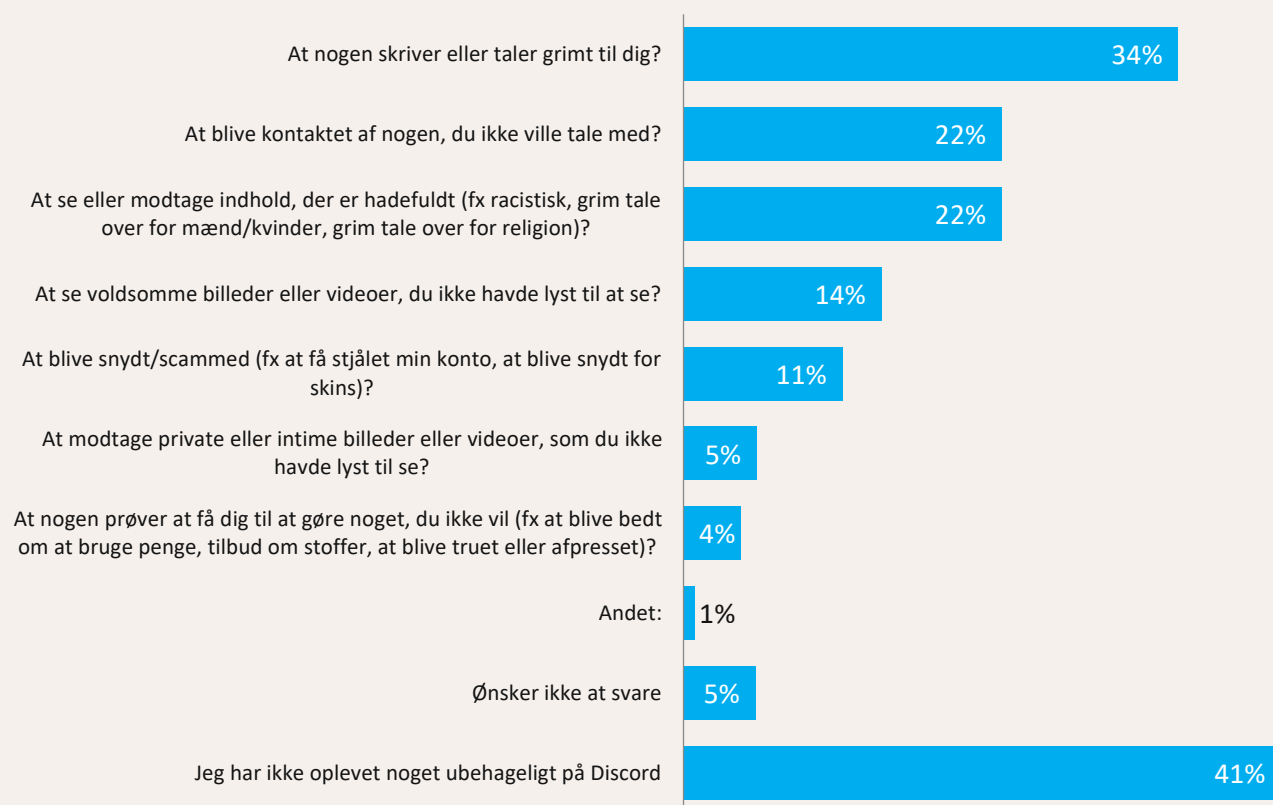
- Manfred

Mere end halvdelen af børn og unge har oplevet noget ubehageligt på Discord

Selvom Discord kan styrke børn og unges sociale relationer, viser resultaterne også, at platformen rummer udfordringer. 53%* af børn og unge har således haft én eller flere ubehagelige oplevelser på platformen.

Der er stor variation i typen af ubehagelige oplevelser på Discord. Mest udbredt er, at nogen skriver eller taler grimt (34%) samt uønsket kontakt og hadefuldt indhold (22%).

Har du oplevet noget ubehageligt på Discord?



Fuld spørgsmålsformulering: "Nedenfor ser du forskellige ting, der kan ske inde på Discord. Sæt kryds ved det, som du selv har oplevet. (Du må gerne vælge flere svar). Har du nogensinde oplevet..." (N=845)

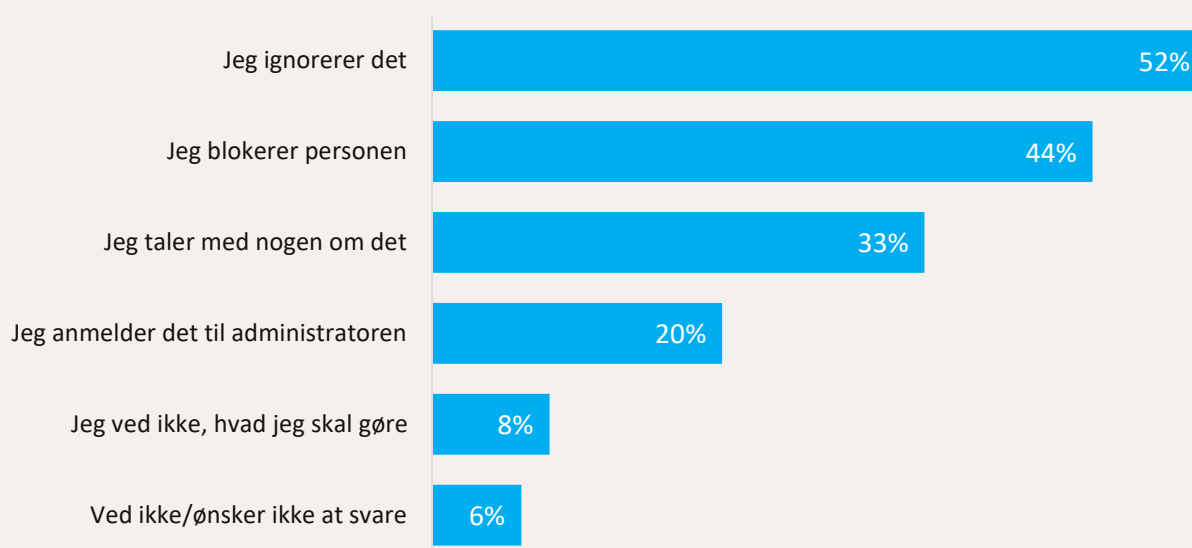
*De 53% er beregnet ved at udelade kategorierne 'Ønsker ikke at svare', 'Andet' og 'Jeg har ikke oplevet noget ubehageligt på Discord'. I kategorien 'Andet' har respondenterne skrevet deres egne svar. Svarene handler i overvejende grad om noget andet end spørgsmålet og er derfor for uensartede til, at kategorien kan indgå i beregningen.

”Jeg addede engang én, og så sendte han alle mulige mærkelige nøgenbilleder. Jeg spillede Fortnite, og så var der en, der hed Frederik, der spurgte, om vi skulle adde hinanden på Discord. Jeg addede ham, og jeg tror, det var en voksen mand, der sendte alle mulige mærkelige ting, hvorefter jeg blokerede ham.”

- Vetle

En ud af tre taler med nogen om ubehagelige oplevelser på Discord

Hvad plejer du at gøre, hvis du oplever noget ubehageligt på Discord?



Fuld spørgsmålsformulering: "Hvad plejer du at gøre, hvis du oplever noget ubehageligt på Discord? (Du må gerne vælge flere svar)" (N=497)

Når børn og unge har ubehagelige oplevelser på Discord, reagerer de forskelligt. 52% har svaret, at de ignorerer det, 44% blokerer personen, og 22% anmelder til en administrator.

Det er dog kun hver tredje (33%), der taler med nogen om det, og knap hver tiende (8%) ved ikke, hvad de skal gøre. Det efterlader en stor andel af børn og unge, der ikke taler med nogen om de ubehagelige oplevelser.

"Nej, der er ikke rigtig nogen, der ved det (at han fik tilsendt nøgenbilleder, red.). Jeg ville snakke med mine forældre, men dengang vidste jeg ikke, at jeg skulle gøre det. Jeg vidste ikke, at jeg skulle snakke med mine forældre, fordi jeg troede, at det var noget, der kom fra Fortnite."

- Vetle

”Jeg tror ikke, det går mig nok på til, at jeg vil være sådan: ‘hey, mor og far, det her går mig virkelig på’. Det er mere sådan, det var virkelig ikke nice at se, og det vil jeg ikke se igen, så jeg siger til dem: ‘hey, kan du ikke lige slette det der, så jeg ikke skal kigge på det?’. Jeg har jo selvfølgelig nævnt det til mine venner, men det er ikke sådan, jeg prøver at finde hjælp.”

- Ella

03

Børn og unges forhold til loot boxes

unicef 
for alle verdens børn

Center for
Digital Pædagogik

NØGLETAL OM BØRN OG UNGES FORHOLD TIL LOOT BOXES

52%

har købt loot boxes.

34%

får lyst til at købe endnu en loot box, efter de har åbnet en.

46%

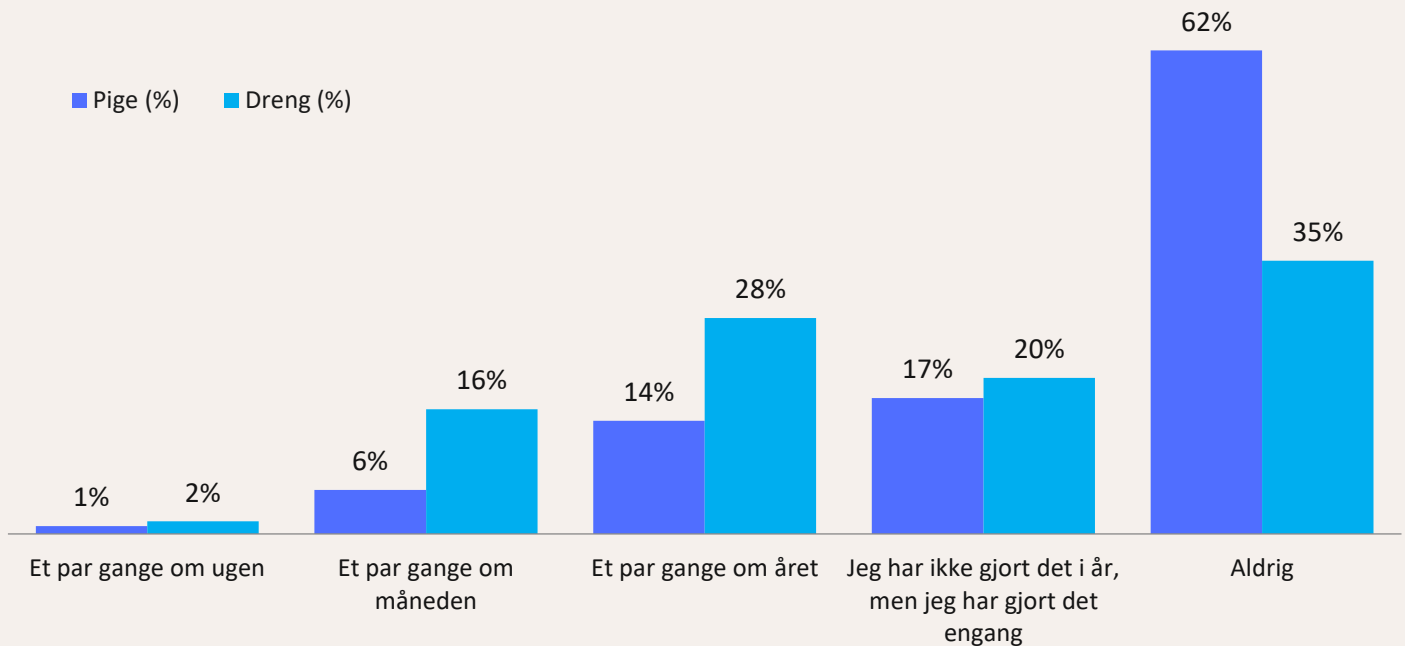
køber loot boxes for at få fede skins.

”Jeg prøver at have princippet, at jeg ikke skal købe loot boxes og skins, fordi jeg jo i fremtiden ikke kommer til at bruge det, så det er bare spild af penge. Men jeg bliver nogle gange lidt grinet af, fordi jeg ikke lige har de nyeste ting.”

- Ella

Drenge køber oftere loot boxes end piger

Hvor tit køber du loot boxes?



Fuld spørgsmålsformulering: "Hvor tit køber du, eller dine forældre for dig, loot boxes (også kaldet cases/crates/pakker/chests)?" (N=1785)

Resultaterne viser, at loot boxes er forholdsvis udbredte blandt børn og unge. Samlet svarer 52%, at de har købt loot boxes.

Samtidig viser resultaterne, at loot boxes er en forretningsmodel med store kønsforskelle. 65% af drengene har købt loot boxes, og for 18% sker det mindst et par gange om måneden. Blandt pigerne er det 38%, der har købt loot boxes, og blot 7% køber dem et par gange om måneden eller mere.

I hvilke spil køber børn og unge loot boxes?

Roblox	60%
Minecraft	27%
Counter-Strike 2	11%
EA Sports FC	9%
Ved ikke	12%

Fuld spørgsmålsformulering: "Har du nogensinde købt loot boxes (også kaldet cases/crates/pakker/chests) i følgende spil? (Du må gerne vælge flere svar)" (N=928)

***”Jeg køber loot boxes for profit og de skins,
man kan få deri.”***

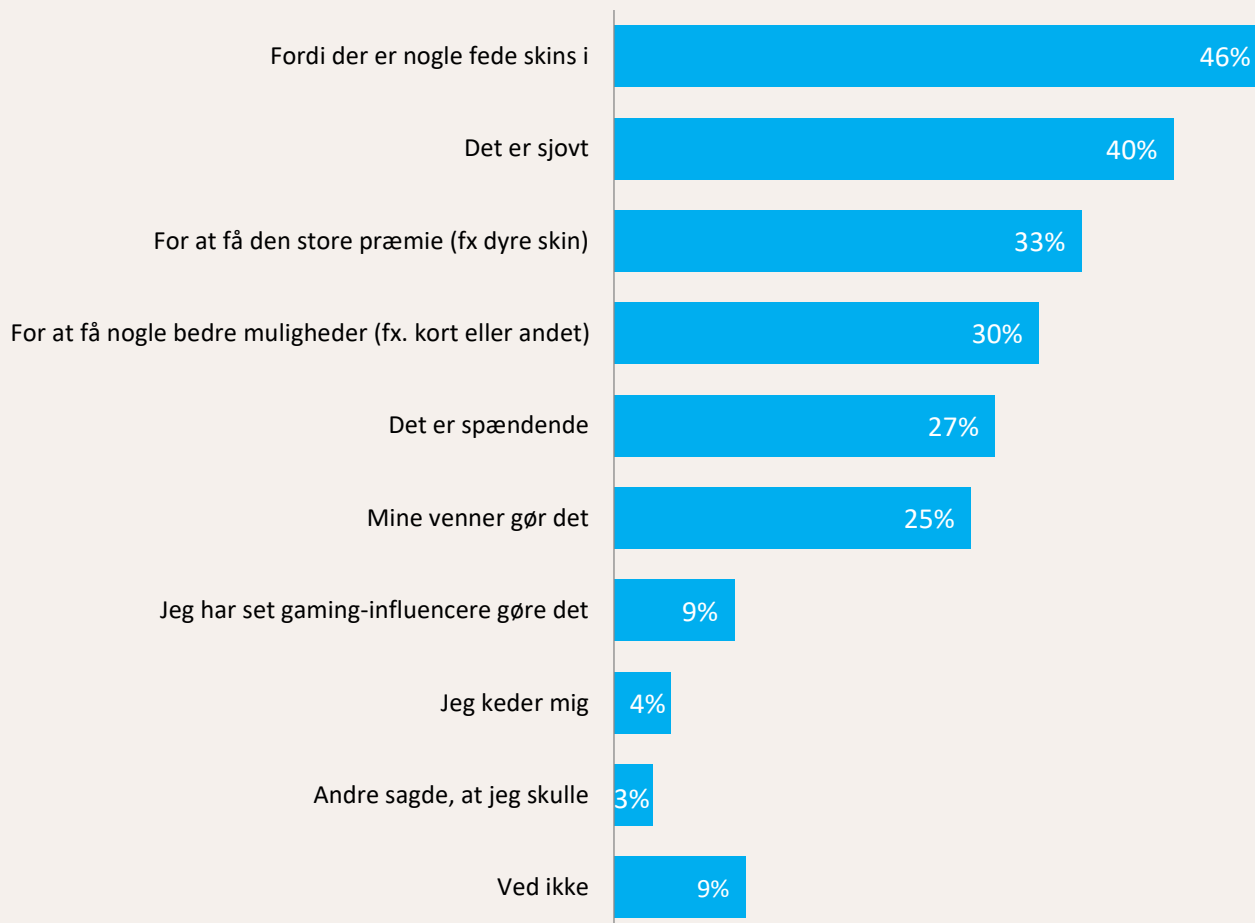
- Dennis

Tæt på halvdelen køber loot boxes for indholdet

Der er mange forskellige årsager til, at børn og unge køber loot boxes. Flest er drevet af underholdning og selve indholdet. 46% køber loot boxes for at få fede skins, og 40% gør det, fordi det er sjovt.

Men der er også andre ting på spil. 1 ud af 3 (33%) køber loot boxes i håbet om en præmie, der er meget værd, og hver fjerde (27%) fremhæver spændingselementet. Endelig spiller gaming-influencere også en rolle: 9% køber loot boxes, fordi de har set gaming-influencere gøre det.

Hvorfor køber du loot boxes?



Fuld spørgsmålsformulering: "Hvorfor køber du loot boxes? Vælg gerne alle de svar, der passer til dig." (N=928)

”Altså, selvfølgelig kan man godt lide det der rush og spænding. Og hvis jeg har nok penge, som jeg har optjent i spillet, kan det godt være, jeg køber én til. Det er ofte, fordi jeg har brug for en karakter eller et bedre våben.”

- Frej

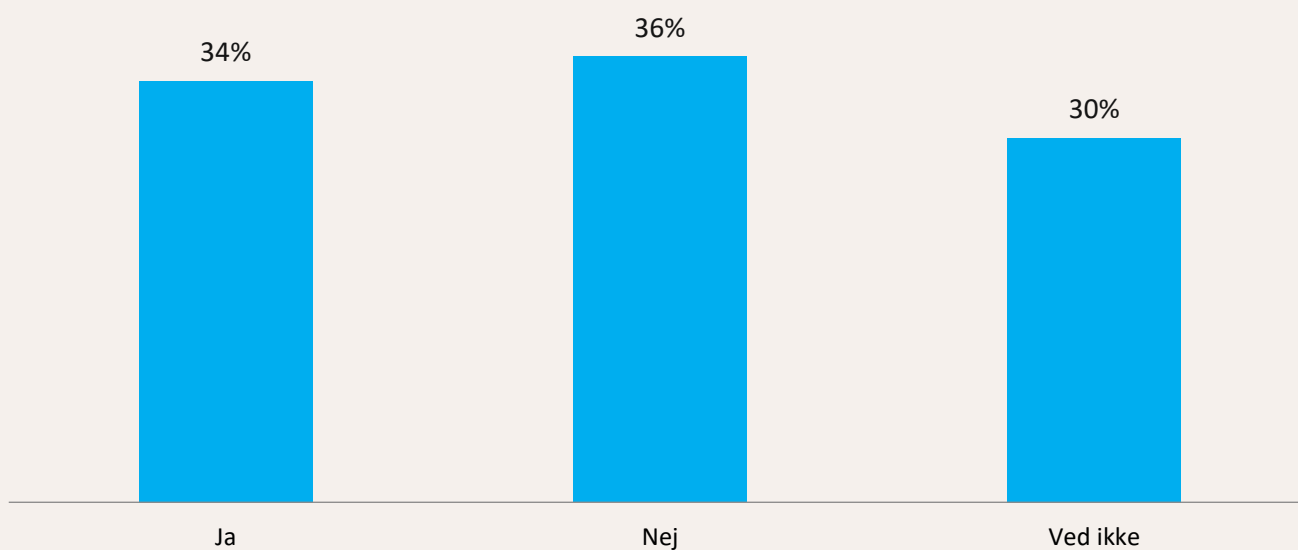
Køb af loot boxes giver hver tredje lyst til endnu et køb

Loot boxes har mekanismer, der kan minde om gambling. Derfor har vi spurgt børn og unge, om de har lyst til at købe en ny loot box, efter de har åbnet én. Det svarer 1 ud af 3 (34%), at de har, mens cirka samme andel (36%) svarer, at de ikke får lyst til at åbne en ny.

"Jeg tror, man får lyst til at købe en ny, fordi man håber på at få noget bedre næste gang, eller man tror, man er heldig igen, hvis man lige har fået noget godt."

- Frank

Får du lyst til at købe en ny loot box, efter du lige har åbnet en?



Fuld spørgsmålsformulering: "Får du lyst til at købe en ny loot box, efter du lige har åbnet en?" (N=928)

04

Børn og unges erfaringer med gaming-influencere

unicef 
for alle verdens børn

**Center for
Digital Pædagogik**

NØGLETAL OM BØRN OG UNGES ERFARINGER MED GAMING-INFLUENCERE

48%

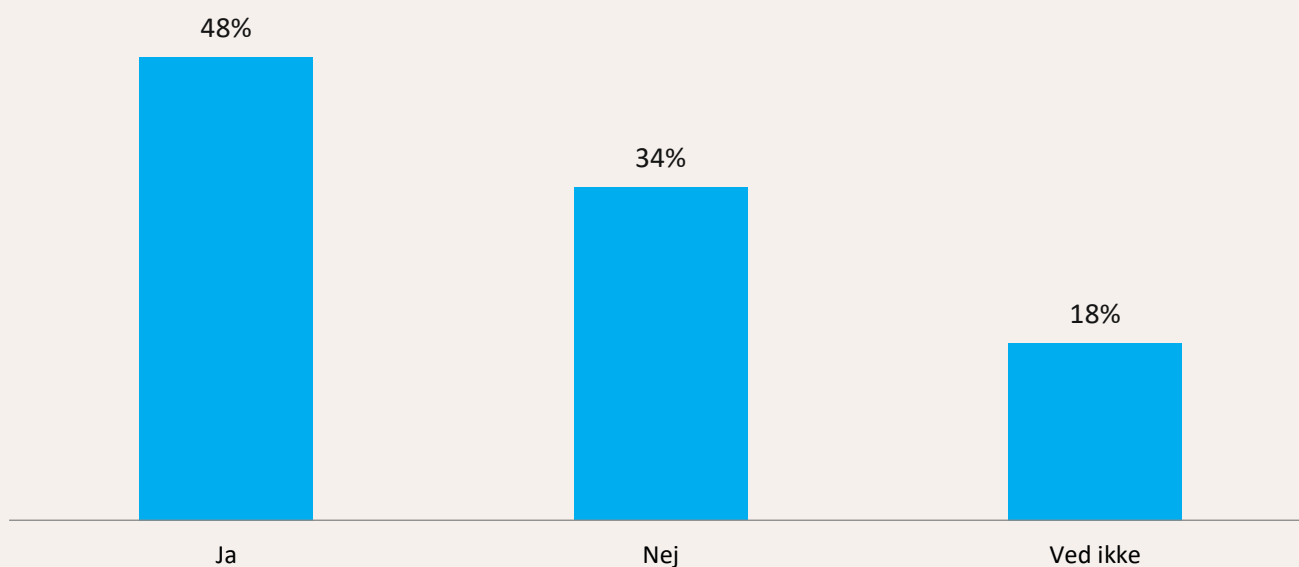
har oplevet at blive opfordret til at bruge penge af en gaming-influencer.

45%

har oplevet en gaming-influencer lave skjult reklame.

Halvdelen af børn og unge er blevet opfordret til køb af gaming-influencere

Er du blevet opfordret af en gaming-influencer til at bruge penge?



Fuld spørgsmålsformulering: "Har du nogensinde oplevet, at gaming-influencere opfordrer dig til at bruge penge? (fx købe deres merch, spille casino, loot boxes osv.)?" (N=1785)

Gaming-influencere spiller en rolle for mange børn og unges brug af penge. Knap halvdelen (48%) af børn og unge har oplevet, at gaming-influencere opfordrer dem til at bruge penge. Hver tredje (34%) har svaret, at de ikke er blevet opfordret til at bruge penge.

"Jeg synes generelt de fleste gaming-influencere har det med at reklamere. De der Minecraft-YouTubere, dem købte jeg rigtig meget merchandise af."

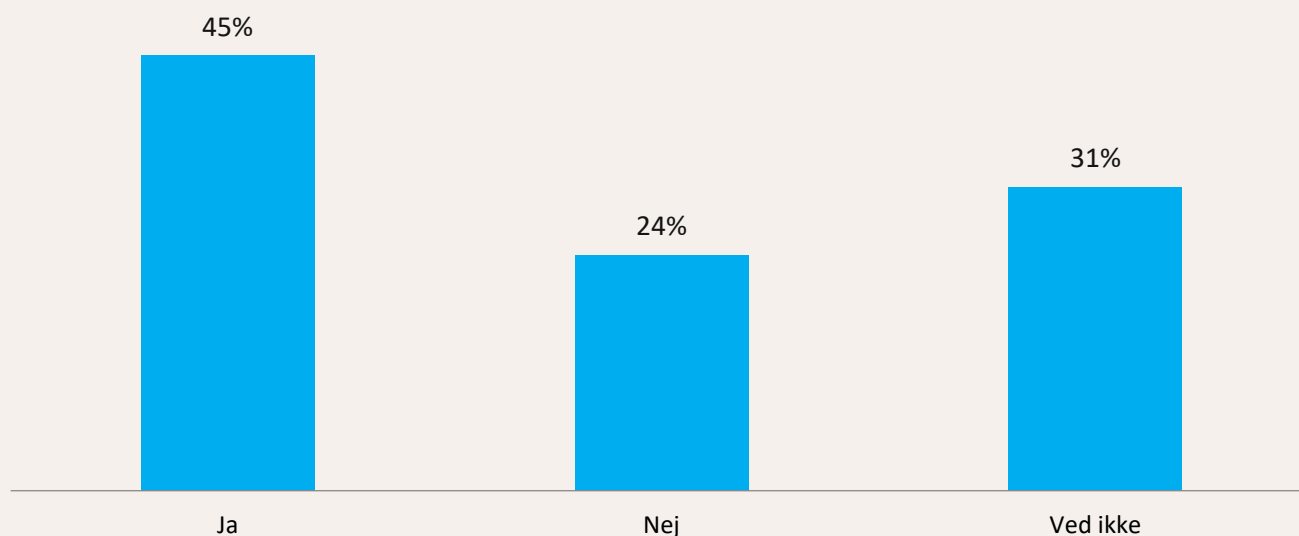
- Ella

”Jeg har set en gaming-influencer reklamere for gambling-hjemmesider og åbne loot boxes for op mod 70.000 kr. En anden influencer får støtte fra uofficielle hjemmesider, hvor man kan købe, sælge og gamble med skins.”

- Frank

Næsten halvdelen har oplevet skjult reklame fra en gaming-influencer

Har du oplevet, at en gaming-influencer har lavet skjult reklame for spil?



Fuld spørgsmålsformulering: "Har du oplevet, at en gamer-influencer lavede reklame for et spil eller noget i et spil uden at sige tydeligt, at det var reklame?" (N=1785)

Børn og unge oplever, at reklame ikke altid er tydeligt markeret, når gaming-influencere viser spil eller indhold fra spil. Resultaterne viser, at 45% har oplevet, at en gaming-influencer har lavet skjult reklame. Samtidig svarer hver tredje (31%) 'ved ikke', hvilket viser, at mange er usikre på, om de er blevet eksponeret for skjult reklame.

"Jeg har især set det hos amerikanske gaming-influencere, at de ikke markerer for reklame. Jeg synes dog, at gaming-influencere – i hvert fald i Danmark – er blevet meget bedre til at sige, når noget er reklame."

- Ella

“Det er svært at kende forskel på, hvornår de bliver betalt, og hvornår de bare godt kan lide et produkt, som for eksempel [influencer] der altid drikker Coca-Cola.”

- Frej

