

Spillemyndigheden  
Att.: Carina Hjære Joelsen  
Englandsgade 25, 6. sal  
5000 Odense C

18. december 2019

## Høring af Spillemyndighedens vejledning om ansvarligt spil

Dansk Erhverv kvitterer for modtagelsen af udkast til Spillemyndighedens vejledning om ansvarligt spil, som Dansk Erhverv gerne vil afgive høringssvar til.

Indledningsvist bør det bemærkes, at Dansk Erhverv finder høringsfristen på afgivelse af høringsvar til Spillemyndighedens vejledning om ansvarligt spil på kun tre arbejdsdage for særdeles uhensigtsmæssig. Den korte høringsfrist betyder, at det ikke har været muligt at tage tilstrækkeligt stilling til alle dele af sagen. Dansk Erhverv har indhentet bemærkninger fra brancheforeningen Kreativitet & Kommunikation og opfordrer Spillemyndigheden til også at inddrage Kreativitet & Kommunikation, såfremt der er behov for yderligere bidrag.

### Generelle bemærkninger

Det er Dansk Erhvervs opfattelse, at det på dette område overordnet set er fornuftigt med vejledninger. Det er med til at understøtte indsatsen for ansvarligt spil, hvilket Dansk Erhverv kun kan bakke op omkring.

I denne henseende er det vigtigt, at vejledningen udformes, så den i praksis bliver anvendelig for spiludbydere og andre relevante interessenter. En forudsætning for, at vejledningen er anvendelig er, at sproget ikke er for juridisk tungt, at alle relevante forhold er samlet det ene sted og at eksemplerne er virkelighedsnære.

Dansk Erhverv mener ikke, at vejledningen i den nuværende form lever op til alle forudsætningerne.

### Specifikke bemærkninger

#### *Bemærkninger til punkt 1*

Dansk Erhverv mener, at denne tekstpassage med fordel kan omskrives, så forståelsen af den bagvedliggende lovgivning gøres lettere. Derfor foreslår Dansk Erhverv, at teksten lyder som følgende:

”Denne vejledning henvender sig til spiludbydere og andre relevante interessenter. Vejledningen er et supplement til spillelovgivningens kapitler om salg fremmende foranstaltninger. Reglerne

om dette står i bekendtgørelse om onlinekasino kapitel 9, bekendtgørelse om landbaserede væddemål kapitel 4 og bekendtgørelse om online væddemål kapitel 8. Hvis en spiludbyder tilbyder forbrugere en salgsfremmende foranstaltning, er der en række krav, som skal være opfyldt i forbindelse hermed.

Denne vejledning giver udtryk for, hvordan Spillemyndigheden fortolker bestemmelserne om salgsfremmende foranstaltninger, og hvilken praksis der efter Spillemyndighedens opfattelse vil være lovlig [...].”

#### *Bemærkninger til punkt 2, afsnit 1*

Der fremgår i bemærkningerne til Forslag til Lov om markedsføring (<https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=184257>) en forståelse af salgsfremmende foranstaltninger m.v., som man med fordel kan inddrage i vejledningen som fortolkningsbidrag og eksempler, når der i udkastets punkt 1 henvises til, at netop praksis om salgsfremmende foranstaltninger efter markedsføringsloven regnes som fortolkningsbidrag.

#### *Bemærkninger til punkt 3.1*

For at overskuelighedens skyld foreslår Dansk Erhverv, at afsnit 3.1 opdeles i to, ligesom det i øvrigt er gjort i bekendtgørelsernes kapitler om salgsfremmende foranstaltninger. I den nuværende form er der risiko for, at kravet om værdien og kravet om indsatsen blandes sammen, hvilket ikke er hensigtsmæssigt. Punkt 3.1 kan derfor omskrives, så punkt 3.1.1 består af de første to afsnit af punkt 3.1 efterfulgt af teksten i punkt 3.1.1 Herefter kan der med fordel tilføjes et punkt 3.1.2 bestående af afsnit 3-5 i afsnit 3.1.

Der henvises i punkt 3.1 afsnit 2 til "[...] andre gevinster end kontantgevinster" tilsvarende, hvad der fremgår af bekendtgørelsernes kapitler om salgsfremmende foranstaltninger. I udkast til vejledningen omtales dog samtidig "fremtidige gevinster" i samme afsnit med henvisning til den gevinst, man får ved at spille efter den salgsfremmende foranstaltning. Derfor foreslår Dansk Erhverv, at der i vejledningen uddybes, hvad der forstås med "andre gevinster end kontantgevinster", så det fremgår tydeligt, hvoraf værdien skal beregnes. I punkt 3.1.4 henvises fx til, at det er værdien af loddet i de tilfælde, hvor den salgsfremmende foranstaltning består i en lodtrækning om en præmie. Derfor kan man med fordel henvise til eksemplet under punktet "Særligt vedrørende lodtrækning".

Det bemærkes i øvrigt, at der forekommer en diskrepans mellem eksemplerne, der skal tydeliggøre, hvad det er værdien af (se *Bemærkninger til punkt 3.1.2*)

#### *Bemærkninger til afsnit 4*

Dansk Erhverv mener, at det skal uddybes, hvad der menes med gevinst. Er der tale om en gevinst ved gennemspil eller en gevinst i form af, at den salgsfremmende foranstaltning fx er en konkurrence, hvor der er en gevinst. Af hensyn til ensretning i vejledningen kan en sådan med fordel betegnes som en præmie.

#### *Bemærkninger til afsnit 6*

Dansk Erhverv foreslår yderligere præcisering, således at tekstpassagen lyder som følgende:

”Det bemærkes desuden, at det der betales for ikke må forringes for at dække omkostninger til det, som tilbydes gratis. Det er fx ikke lovligt at tilknytte et gennemspilskrav til indskuddet på spillkontoen, når den salgsfremmende foranstaltning (fx ekstra spins) er betegnet som gratis. Se Forbrugerombudsmandens udtalelse herom af 29. februar 2016.”

#### *Bemærkninger til punkt 3.1.2*

Det fremgår af udkast til vejledning i punkt 3.1.1, at det kan være svært at opgøre handelsværdien, når der er tale om en vare, som normalt ikke sælges/købes på markedet. Det konkrete eksempel omhandler et meet and greet med en fodboldspiller, hvor spiludbyderen skal overveje, hvad det må forventes, at folk vil betale for en sådan oplevelse, hvilket således vil være handelsværdien.

I eksemplet i punkt 3.1.4 angives, at det er værdien af loddet i en salgsfremmende foranstaltning bestående af en konkurrence, hvor man kan vinde en præmie, der ikke må overstige 1.000 kr. og ikke præmien. Det må derfor forudsættes, at den salgsfremmende foranstaltning direkte er et meet and greet og ikke en konkurrence, hvor præmien er et meet and greet. Det ville nemlig kræve, at resultatet af den vurdering, spiludbyderen skal lave på ”hvad det må forventes, at folk vil betale for en sådan oplevelse” skal divideres med antallet af forbrugere, der tilbydes deltagelse for at opnå handelsværdien, hvilket ikke fremgår af 3.1.1.

Det er ikke et realistisk eksempel, at den salgsfremmende foranstaltning i sig selv – til alle forbrugere, der tilbydes det konkrete – er et meet and greet med en fodboldspiller. Derfor foreslås det, at det enten skal fremgå af vejledningens punkt 3.1.1, at forudsætningen i eksemplet er, at det er en lodtrækning, og at man dermed kommer om regnestykket i udkastets punkt 3.1.4. Alternativt skal eksemplet i punkt 3.1.1 være et realistisk bud på en salgsfremmende foranstaltning, som gives til enhver, der udnytter den.

Det anbefales, at der i vejledningen er eksempler på både situationer, hvor man vil skulle lave regnestykket i punkt 3.1.4 samt en situation, hvor det er handelsværdien af den salgsfremmende foranstaltning, der gives til enhver, der udnytter det, men som ikke er en vare, der normalt sælges og købes på markedet.

#### *Bemærkninger til punkt 3.2, afsnit 3*

Dansk Erhverv foreslår, at der i dette punkt henvises til punkt 3.4 for forståelsen af ”[...] på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet [...]”.

Det foreslås endvidere, at der i vejledningen skal tilføjes et eksempel på regnestykket.

#### *Bemærkninger til punkt 3.4*

Dansk Erhverv finder det centralt, at Spillemyndigheden har klar hjemmel til at stille de pågældende krav i punkt 3.4, herunder de forhold, der tillægges vægt i vurderingen af, hvornår noget er ”klart og tydeligt”.

#### *Bemærkninger til punkt 3.4.1.1*

Dansk Erhverv foreslår, at det skal fremgå, at listen med vilkår, der, efter Spillemyndighedens vurdering, altid anses som værende væsentlige, ikke er listet i prioriteret rækkefølge, da det afhænger af den konkrete vurdering, spiludbyderen skal foretage.

*Bemærkninger til punkt 3.4.2.1.1*

Dansk Erhverv stiller sig kritisk over for, at med denne tekstpassage ”Ved ét klik væk forstås, at alle regler og vilkår skal kunne tilgås blot ét klik væk fra den første præsentation af en salgsfremmende foranstaltning. Dette gælder uanset hvor på præsentationen af den salgsfremmende foranstaltning forbrugeren klikker. Dette vil sige, at uanset hvor forbrugeren klikker på en repræsentation af en salgsfremmende foranstaltning, skal denne videreføres til alle regler og vilkår for den salgsfremmende foranstaltning.” pålægges, at der uanset kommunikative virkemidler m.m. stilles krav om, at man skal kunne klikke, hvor som helst og blive sendt hen til alle gældende regler og vilkår.

Det er ikke utænkeligt, at præsentationen kan være så klar i kommunikationen, at forbrugeren tydeligt kan afkode, hvor man klikker for at få vist alle gældende regler og vilkår. Det er derfor Dansk Erhvervs opfordring, at den ovenstående tekstpassage fjernes eller uddybes.

*Bemærkninger til punkt 3.4.2.3*

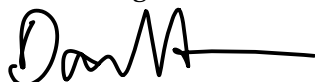
Det angives i tabellen, at der ved markedsføring på tredjemands hjemmeside (fx bannere) kan være forskel på, hvor meget der skal oplyses ift. størrelsen på annoncerne. Samtidig fremgår det, at der ikke skelnes mellem kravene afhængigt af den tekniske platform. Her må det understreges det, at der netop er forskel i størrelsen på annoncerne, hvis der er tale om et indkøb differentieret af den tekniske platform. Således vil man kunne indkøbe en bannerannonce på en mobiltelefon og en anden bannerannonce på en hjemmeside. Her må det forudsættes, at bannerannoncen på hjemmesiden har større annonceplads end banneret på mobiltelefonen, og at der derfor ved platform-differentierede køb kan differentieres i mængden af oplysninger, som skal præsenteres.

Dansk Erhverv ser gerne, at Spillemyndigheden udarbejder grafiske eksempler på, hvordan informationerne kan gives korrekt på forskellige platforme. Det vil bidrage positivt til forståelsen af vejledningen.

*Bemærkninger til punkt 4*

Dansk Erhverv foreslår, at der laves en udtømmende liste med relevante henvisninger. Dansk Erhverv bemærker bl.a., at der i udkast til vejledningen ikke er nævnt fremtiden for ”Vejledning om lovpligtig oplysning af vilkår ved markedsføring af bonus”.

Med venlig hilsen



**Daniel Møller Jensen**  
Politisk konsulent