



Skatteministeriet

22. oktober 2019
J.nr. 2019 - 9701

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 101 af 24. september 2019 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Rune Lund (EL).

Morten Bødskov

/ Jeanette Rose Hansen



Spørgsmål

På baggrund af artiklen ”Højt spil i børnehøjde” bragt den 8. september 2019 i Berlingske, hvori Danske Spil bekræfter, at de har brugt børn i deres reklamer for eOddset (spil på eSportskampe) på bl.a. YouTube, bedes ministeren redegøre for omfanget af brugen af børn i spilreklamer (f.eks. når børn optræder i eOddset-reklamer på YouTube) med dato og medie for de enkelte reklamer, hvor børn optræder og hvilke konsekvenser brugen af børn i spilreklamer får/har fået for Danske Spil.

Svar

Det følger af spillelovens bestemmelse om markedsføring, at markedsføring af spil hverken i kommunikationsudformning eller medievalg må målrettes mod børn og unge under 18 år.

Spillemyndigheden, som er en styrelse under Skatteministeriet, varetager administrationen af spilleloven og fører tilsyn med spilmarkedet. Det omfatter bl.a. løbende kontrol af spiludbydere og overvågning af det danske spilmarked – herunder også hvorvidt spilreklamer overholder spillelovens bestemmelse om markedsføring.

Skatteministeriet har indhentet bidrag fra Spillemyndigheden, der har oplyst følgende, som jeg kan henholde mig til:

”Ved en forsætlig eller grov uagtsom overtrædelse af lovgivningen, fx markedsføringsbestemmelsen, kan Spillemyndigheden politianmelde overtrædelsen med henblik på idømmelse af en bødestraf og i sidste ende kan Spillemyndigheden tilbagekalde tilladelsen til at udbyde spil eller nedlægge påstand om fratagelse af tilladelsen i forbindelse med en civil retssag eller en straffesag.

For så vidt angår omfanget af brug af børn i spilreklamer, er det Spillemyndighedens opfattelse, at dette er sjældent forekommende. Spillemyndigheden har således kun behandlet et fåtal sager, hvor der er sket en overtrædelse af spillelovens bestemmelse om, at markedsføring ikke må målrettes mod børn og unge under 18 år.”

Efter skatteforvaltningslovens § 17, stk. 1, har skattemyndighederne – og dermed også jeg som skatteminister – ubetinget tavshedspligt over for uvedkommende med hensyn til oplysninger om en fysisk eller juridisk persons økonomiske, erhvervs-mæssige eller privatlivet tilhørende forhold, som de under varetagelsen af deres arbejde bliver bekendt med. Jeg kan derfor ikke her udtale mig om den konkrete sag, herunder hvilke konsekvenser brugen af børn i spilreklamer måtte få/har fået for Danske Spil A/S, eller om hvilke medier, der har overtrådt spillelovens markedsføringsbestemmelse.

Når det er sagt, vil jeg gerne understrege, at jeg ser med stor alvor på overtrædelse af reglerne i spillelovgivningen – både overtrædelse af den nævnte markedsføringsbestemmelse, men også når der sker salg af spil til børn og unge under aldersgrænsen. Jeg vil derfor se nærmere på, om der er behov for strammere regler og skærpede sanktioner for sådanne overtrædelser.