



Skatteministeriet

19. december 2019
J.nr. 2019-11731

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 172 af 10. december 2019 (alm. del).

Morten Bødskov

/ Jeanette Rose Hansen



Spørgsmål

Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 10. december 2019 fra Varelotteriet, Landbrugslotteriet og Det Danske Klasselotteri A/S om præsentation til foretræde den 12/12-19 om spilleindustriens reklametryk, jf. SAU alm. del - bilag 93.

Svar

I præsentationen, som klasselotteriselskaberne gennemgik i forbindelse med foretræde for Skatteudvalget, er der redegjort for klasselotteriselskabernes historik, og selskaberne påpeger, at klasselotteri er meget forskelligt fra onlinekasinospil og væddemål.

Klasselotteriselskaberne oplister en række punkter, hvor klasselotteri adskiller sig fra onlinekasinospil og væddemål, herunder ikke mindst i forhold til at udvikle spilafhængighed. Endvidere fremhæver klasselotteriselskaberne en række parametre og afledte konsekvenser, som selskaberne mener skal tages i betragtning og afvejes i forhold til alle aktører på spilmarkedet. Endelig påpeger klasselotteriselskaberne, at alle spil, herunder klasselotteri, er drevet af markedsføring i et meget konkurrencepræget spilmarked.

Hertil skal jeg bemærke, at jeg er enig i, at klasselotteri er et væsentligt anderledes spil end fx onlinekasino og væddemål. Det skyldes, at udbuddet er forskelligt, idet der fx ikke eller kun i meget begrænset omfang er tilgift som eksempelvis bonusser i forbindelse med klasselotteri, og at klasselotteri isoleret set ikke skaber spilafhængighed.

Jeg er opmærksom på, at alle spil, herunder klasselotteri, har et vist behov for at gøre opmærksom på sig selv gennem markedsføring, og at klasselotteriselskaberne til tider har behov for at reklamere i de samme medier som onlinekasino- og væddemålsudbydere. Jeg er også bevidst om, at alle spil ikke nødvendigvis bør skæres over én kam, og det derfor er vigtigt at være bevidst om og have forståelse for den forskellighed, der er i spilbranchen i Danmark.

At finde den rette balance er ikke en let opgave, men omvendt finder jeg, som ansvarlig minister, at det er en tvungen opgave, idet der med al tydelighed er brug for at få genskabt den rette balance. Den rette balance kræver efter min opfattelse en begrænsning af såvel mængden som indholdet i spilreklamerne.