



## Skatteministeriet

13. november 2019  
J.nr. 2019 - 10470

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 20 af 18. oktober 2019 (alm. del).

Morten Bødskov

/ Jeanette Rose Hansen



## Spørgsmål

Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 16. oktober 2019 vedr. en ansvarlig spillebranche - tilbagemelding på spillebranchens udmøntning af den politiske aftale om ansvarligt spil, fra Spillebranchen, jf. SAU alm. del - bilag 29.

## Svar

Spilbranchen har i deres henvendelse af 16. oktober 2019 redegjort for status for spilbranchens adfærdskodeks med fokus på to punkter – nemlig begrænsning af spilreklamer og anvendelse af pop-up vinduer. Adfærdskodekset er udarbejdet af branchen selv, jf. opfordringen hertil i den politiske spilaftale fra juni 2018.

Spilbranchen tilkendegiver, at der påhviler spilbranchen et særligt ansvar for at tage alle rimelige skridt til at minimere en potentiel skadevirkning af spil.

For så vidt angår det første punkt redegør spilbranchen for udfordringen med aftalemæssigt at begrænse mængden af tv-reklamer på grund af de konkurrenceretlige regler og kommer frem til, at branchen ikke selv kan aftale en begrænsning af mængden af tv-reklamer. Endvidere redegør spilbranchen for status i forhold til at aftale andre begrænsninger, som fx begrænsninger i placeringen af tv-reklamer i forhold til visse tv-programmer og reklamer, og oplyser, at der pågår en dialog med konkurrencemyndighederne.

Jeg er enig med spilbranchen i, at der påhviler branchen et særligt ansvar for at tage alle rimelige skridt til at minimere skadevirkningerne af spil, og jeg anerkender også, at branchen har udarbejdet et adfærdskodeks.

Spørgsmålet bliver dernæst, hvad der er ”rimelige skridt”. Jeg er af den klare opfattelse, at mængden af spilreklamer skal begrænses. Dette stemmer også overens med indholdet i den førnævnte aftale om ansvarligt spil. Hvis det ikke er muligt for branchen selv at aftale begrænsninger af mængden af spilreklamer, må vi i Folketinget vedtage den nødvendige regulering. Og jeg er åben for alle gode idéer, hvorved vi kan nå målet.

For så vidt angår spørgsmålet om andre former for begrænsninger, skal jeg bemærke, at der i forbindelse med indgåelsen af den førnævnte politiske spilaftale, også var et udtrykkeligt ønske om, at branchen tillige skulle se på indholdet af reklamerne, så de fremstår mindre aggressive.

Hvad angår det andet punkt om pop-up vinduer fremhæver spilbranchen, at branchen har fulgt op på spilaftalen og har implementeret pop-up vinduer med oplysninger om penge- og tidsforbrug. Dette har haft en klar konkurrencemæssig begrænsning for de spiludbydere, som har indført pop-vinduerne i forhold til de spiludbydere, som ikke har.

Jeg fortolker det anførte således, at de spiludbydere, som har implementeret pop-up funktionen påvirkes negativt på omsætningen, og dermed har pop-up vinduerne vist sig at have den ønskede effekt i forhold til at reducere spillernes forbrug.

Jeg vil derfor gerne se på at gøre pop-up funktionen obligatorisk for onlinespiludbydere, så der er fair konkurrence. Jeg forventer inden længe at afholde et møde med spilbranchen, hvor ovenstående udestående afklares.