



# Høring i Erhvervsudvalget L 173 (markedsføringsloven)

*24. marts 2021*

**Danske Medier:**



## Om Danske Medier

---

Danske Medier er brancheorganisation for alle private journalistisk redigerede medier og beslægtede virksomheder.

Foreningen repræsenterer ca. 260 medlemsvirksomheder - herunder onlinemedier, dagblade, regionalaviser, lokalaviser, lokalradioer, magasiner, fagblade og specialmedier, der har det til fælles, at de ønsker at give borgerne nyheder, indblik i samfundet og viden om det, der optager dem.

Ligeledes gælder, at annonceindtægter er en væsentlig del af indtægtsgrundlaget for langt størstedelen af private medier.

## Mediebranchen i Danmark (2019)

- Ansatte: 18.300
- Samlet annoncesalg: 14,1 mia.
  - *Heraf online:* 8,6 mia.
  - *Heraf Google/Facebook:* 5,2 mia.
- Spil- og bankreklamer er begge blandt de største annoncørgrupper på markedet, spilreklamer er ca. 5-6 gange større end bankreklamer.



## ● *Kommentarer til L173*

Der indføres end undtagelse for sponsorindtægter til dansk idræts- og foreningsliv i forhold til forbuddet i markedsføringslovens § 11 b.

Men L173 afhjælper ikke problemer i markedsføringslovens § 11 b hverken for ludomaner, annoncører eller medier:

- Stærkt hæmmende for bankreklamer på danske online-medier
- Konkurrenceforvridning til fordel for udenlandske annoncører og techgiganter

- 
- *Online annoncering (programmatic)*

- Salg og køb af digital annonceplads er i høj grad automatiseret (ca. 75% af display).
- Handlen afvikles i realtid, hvilket vil sige, at det er umuligt for banker m.fl. at sikre, at indkøb af annonceplads ikke overtræder forbuddet, da de aldrig kan vide, hvad en anden annoncør har købt i samme sekund.



## *Effekter for medier*

- Real time indkøb online medfører, at finansielle virksomheder reelt er afskåret fra online annoncering, som ikke er "håndholdt".
- Store medier taber de største annonceindtægter
- Mindre medier er i højere grad afhængige af programmatisk onlinesalg ift. annoncering for spil- og bankvirksomhed.



## *Løsningsforslag*

1. Enten: Indsæt en præcisering i § 11 b, om at reklamer fra virksomheder, der tilbyder finansielle ydelser, ikke skal anses som i strid med lovgivningen, hvis de ikke **bevidst** er placeret i sammenhæng med reklamer for spil.
2. Ellers: Begræns reguleringen til et forbud af reklamer for forbrugslån med en ÅOP over en bestemt procentsats, så annoncører kan reklamere for alle andre produkter i vished om, at man ikke overtræde reglerne (drop § 11 b)