

Ændringsforslag

Til forslag til lov om ændring af markedsføringsloven

(Undtagelse af visse forbrugslånsvirksomheders sponsorer af idrætsorganisationer mv. fra forbuddet mod markedsføring af forbrugslån og forbrugslånsvirksomheder i forbindelse med markedsføring af spil og spiludbydere)

[af erhvervsministeren (Simon Kollerup)]:

Til titlen

Af Erhvervsministeren:

- 1) I undertitlen ændres »idrætsorganisationer mv.« til: »idræt m.v. «.

[Konsekvensændring som følge af den under nr. 2 foreslåede ændring i bestemmelsens ordlyd, samt redaktionel ændring af forkortelsen »m.v.«.]

Til § 1

- 2) I den under nr. 2 foreslåede § 11 b, stk. 4, ændres ordet »idrætsorganisationer« til: »idræt«.

[Justering foretages på baggrund af de modtagne høringssvar efter fremsættelse af lovforslaget]

- 3) I den under nr. 2 foreslåede § 11 b, stk. 4, ændres ordet »spiludbydere« til: »spiludbydere«.

[Redaktionel ændring]

- 4) I den under nr. 2 foreslåede § 11 b, stk. 4, indsættes som 2. pkt.: »Undtagelsen gælder kun ved skriftlige sponsoraftaler.«

[Justering foretages på baggrund af de modtagne høringssvar efter fremsættelse af lovforslaget, samt af håndhævelses- og retssikkerhedsmæssige hensyn]

Til § 2

- 5) I *stk. 1* ændres »[snarest muligt efter vedtagelse i Folketinget]« til: »den 1. maj 2021«

[Redaktionel ændring, da ikrafttrædelsesdatoen ikke var kendt ved fremsættelsen af lovforslaget]

Bemærkninger

Til nr. 1

Som en konsekvens af den foreslåede nr. 2, foreslås undertitlen til lovforslaget justeret, så »idrætsorganisationer« ændres til »idræt«. Samtidig foretages en redaktionel ændring af forkortelsen m.v.

Til nr. 2

Det foreslås i den foreslåede § 11 b, stk. 4, at ændre begrebet »idrætsorganisationer« til »idræt«.

Ved idrætsorganisationer forstås til eksempel professionelle klubber og medlemsbaserede lokale idrætsforeninger inden for breddeidrætten. Begrebet »idrætsorganisationer« dækker også over sammenslutninger af klubber, der agerer som en forening eller et kapitalselskab som f.eks. Divisionsforeningen i fodbold, håndbold eller ishockey. Det har ingen betydning, om der er tale om idræt i traditionel forstand, eller hvilket lovligt interessefællesskab der for eksempel dyrkes i en almennyttig forening. Til eksempel vil e-sport og brætspilsklubber også være omfattet på lige fod med andre sportsgrene.

På baggrund af de modtagne høringssvar justeres den foreslåede undtagelse, så lempelsen ikke blot sikrer sponsorater af idrætsorganisationer, men også af individuelle sportsudøvere, samt af idrætsfaciliteter som sportshaller og lignende og idrætsbegivenheder, som f.eks. nationale, regionale og globale mesterskaber samt olympiske lege. Lempelsen omfatter også Team Danmark som selvejende non-profit organisation. Dermed vil sponsoraftaler med arrangører af stævner, slutrunder, cykelløb m.v. også være omfattet af undtagelsen fra forbuddet, hvis det ikke er selve klubben eller forbundet, der er arrangør. Organisationer relateret til OL eller et fælles marketingsselskab, som idrætsforbundene har overdraget deres kommercielle rettigheder til i forbindelse med store sportsbegivenheder, vil også være omfattet. Det samme gælder sponsorering af byggeriet af en ny sportshal eller egentlige navnesponsorater af sportsarenaer og lignende.

Det foreslås derfor at justere den foreslåede undtagelse i § 11 b, stk. 4, så markedsføringsforbuddet i markedsføringslovens § 11 b, stk. 1, ikke finder anvendelse, hvis markedsføring sker ved en forbrugslånsvirksomheds sponsorering af idræt, almennyttige foreninger og fonde.

Til nr. 3

I den foreslåede § 11 b, stk. 4, ændres ordet »piludbydere« til: »spiludbydere«. Der er alene tale om en redaktionel ændring.

Til nr. 4

Det foreslås at indsætte et 2. pkt. i den foreslåede § 11 b, stk. 4, hvori det præciseres, at undtagelsen kun gælder ved skriftlige sponsoraftaler.

Som lovteksten er formuleret i det fremsatte lovforslag, gælder undtagelsen » (...) markedsføring, der sker ved en forbrugslånsvirksomheds sponsorering (...)«. I bemærkningerne til bestemmelsen beskrives, at der herved forstås den markedsføring, der som led i en sponsoraftale er aftalt mellem forbrugslånsvirksomheden og den pågældende idrætsorganisation, almennyttige forening eller fond. En sponsoraftale er i bemærkningerne defineret som en skriftlig aftale med en

forbrugslånsvirksomhed om ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansiering af aktiviteterne i en idrætsorganisation, almennyttig forening eller fond med henblik på at fremme forbrugslånsvirksomhedens navn, logo, image, aktiviteter eller produkter. Definitionen er på linje med definitionen af sponsoring af programmer i radio- og fjernsynslovgivningen.

Da forbuddet i § 11 b, stk. 1, er straffelagt, foreslås det af retssikkerheds- og håndhævelsesmæssige årsager, at det kommer til at fremgå direkte af lovteksten, at der skal være tale om et skriftligt sponsoraftale.

Det bemærkes hertil, at undtagelsen vil omfatte markedsføring, der sker som led i en skriftlig sponsoraftale mellem forbrugslånsvirksomheden og den pågældende idrætsudøver, idrætsorganisation-, -begivenhed eller -facilitet, selvejende non-profit institution, almennyttige forening eller fond, uanset hvor denne markedsføring sker og uanset, om det er den sponsorerede eller den sponserende virksomhed, der fremgår som afsender.

Det afgørende er, at markedsføring sker som led i et sponsorat. Der skal således tages højde for, at udmøntningen af sponsorater fra banker, herunder den modydelse som sportsklubber eller almene organisationer skal levere i forhold til et sponsorat, sker på mange måder via mange forskellige platforme. Med undtagelsen vil det f.eks. være lovligt i en helsides annonce for Roskildefestivalen at anføre, at en konkret navngiven bank er sponser for festivalen, uanset at der andet sted i avisen er en reklame for spil. Det samme gælder anden fysisk reklame, f.eks. plakater, bannere, gavlreklamer, rullende bannere, reklamesøjler m.v. i det offentlige rum, f.eks. på bygninger og ved busstoppesteder, samt sponsoreret indhold i radioen. Det gælder også i forbindelse med et idrætsarrangement, hvor forbrugslånsvirksomheden er sponsor for udeholdet, og hvor der derfor indgås aftale med f.eks. et bureau eller lignende, der varetager udlejning af reklameplads. Undtagelsen vil også omfatte sponsoring af byggeriet af en ny sportshal, navnesponsorater af idrætshaller og lignende, samt sponsoring af sportsstævner. Det afgørende for, at undtagelsen finder anvendelse er, at markedsføringen sker som udmøntning af en skriftlig sponsoraftale mellem de pågældende parter.

Den sponserende virksomhed må ligeledes gerne markedsføre sponsoratet på egen hjemmeside eller egne sociale medier. Denne markedsføring må også gerne omfatte, at der omtales eller vises logoer for andre sponserende virksomheder. Som eksempel kan nævnes et opslag på bankens Facebookside, hvor en klubtrøje med sponsornavne vises frem, herunder også spiludbydere.

Undtagelsen omfatter derimod ikke markedsføring i tv-reklameblokke, online eller i andre sammenhænge, hvor der ikke er tale om direkte sponsorat. Det betyder, at markedsføring af forbrugslånsvirksomheder eller af kreditaftaler til forbrugere i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere i almindelighed fortsat vil være forbudt i en reklame både online, på TV, og i det offentlige rum, hvis markedsføring sker i forbindelse med spil eller spiludbydere. Til eksempel må en landsholdstrøje gerne optræde i en tv-reklame påtrykt sponsorlogoer fra både spil- og låneudbydere, idet der vil være tale om en et sponsorat af landsholdet. Derimod må forbrugslånsvirksomheden fortsat ikke købe reklametid i samme reklameblok som spiludbydere, uanset om forbrugslånsvirksomheden markedsfører sig som sponsor af f.eks. landsholdet.

I den foreslåede § 2, *stk. 1*, ændres formuleringen »[snarest muligt efter vedtagelse i Folketinget]« til »den 1. maj 2021«. Der er alene tale om en redaktionel ændring af teksten, da ikrafttrædelsesdatoen ikke var kendt ved fremsættelsen af lovforslaget.