

# Spilreklamenævnet – Årsberetning 2022

## 1. Forord v. formanden

2022 var Spilreklamenævnets første hele år efter Nævnets etablering i maj 2021.

I 2022 afgav Spilreklamenævnet kun udtalelse over én enkelt klage. Ud over denne klage har nævnet i december 2022 modtaget yderligere 3 klager, hvoraf 2 er blevet oversendt til behandling hos Forbrugerombudsmanden.

Efter drøftelser med Spillemyndigheden og Forbrugerombudsmanden har Spilreklamenævnet i 2022 ændret sin forretningsorden, således at klager, der vurderes at indebære en mulig overtrædelse af spillelovgivningens regler om markedsføring eller markedsføringslovens regler, oversendes til behandling hos Spillemyndigheden eller Forbrugerombudsmanden.

Spilreklamenævnet er af den opfattelse, at der er behov for at udbrede kendskabet til nævnets eksistens og virksomhed.

## 2. Om Spilreklamenævnet

Spilreklamenævnet er et nævn, som er nedsat på initiativ af en række aktører i spillebranchen, og som med udgangspunkt i det af spillebranchen udarbejdede adfærdskodeks tager stilling til klager over konkrete spilreklamer. Alle, både privatpersoner, virksomheder, organisationer mv., kan indgive en klage til nævnet.

Spilreklamenævnet kan også vælge at tage sager vedrørende markedsføring af spil op af egen kraft og på den baggrund evt. udtale kritik.

Inspirationen til nævnet er hentet fra Alkoholreklamenævnet, som i mere end 20 år har udtalt kritik af alkoholreklamer, hvis nævnet finder, at nævnets retningslinjer om god markedsføringsskik for alkoholreklamer er overtrådt.

Hensigten med Spilreklamenævnet er at være med til at sikre en intern brancheregulering ved markedsføring af reklamer for spil og at være med til at sikre, at der på sigt etableres en generel god skik- standard for spilreklamer.

Hvis Spilreklamenævnet finder, at Adfærdskodekset er overtrådt, kan nævnet udtale kritik i form af en udtalelse. Sådanne udtalelser offentliggøres på Spilreklamenævnets hjemmeside. Se nærmere om grundlagt for nævnets virksomhed i pkt. 4.

### **3. Spilreklamenævnets sammensætning og sekretariat**

I henhold til nævnets forretningsorden består nævnet af minimum 4 medlemmer samt en formand, som skal være enten dommer eller advokat. Spilreklamenævnets formand udpeges for en 4-årig periode med mulighed for forlængelse.

I henhold til nævnets forretningsorden udpeges 2 medlemmer fra spillebranchen. Ét medlem fra væddemåls- og onlinekasino-operatørerne og ét medlem fra lotterierne.

Dansk Kasinoforening og Dansk Automat Branche forening udpeger derudover hver et ad hoc-medlem til Spilreklamenævnet. Såfremt den klage, som nævnet skal behandle, vedrører et landbaseret kasino, træder lotteriernes repræsentant ud og erstattes af det af Dansk Kasinoforening udpegede ad hoc-medlem, som indtræder i nævnet som fulgyldigt medlem for så vidt angår behandlingen af den pågældende klage. Såfremt den klage, som nævnet skal behandle, vedrører landbaserede spilleautomater, træder lotteriernes repræsentant ud og erstattes af det af Dansk Automat Branche forening udpegede ad hoc-medlem, som indtræder i nævnet som fulgyldigt medlem for så vidt angår behandlingen af den pågældende klage.

De af Dansk Kasinoforening og Dansk Automat Branche forening udpegede ad hoc-medlemmer kan deltage i nævnets møde som observatører uden stemmeret.

Derudover udpeges 2 medlemmer, som skal repræsentere spilbrugernes interesser. Disse medlemmer kan repræsentere Forbrugerorganisationer, forskningsinstitutioner eller andre institutioner, som må anses for at repræsentere spilbrugernes interesser. Der kan også udpeges personer, som skønnes at have en særlig viden på området, uden at disse personer repræsenterer eller er knyttet til en specifik organisation, dette kan f.eks. være en forsker eller en anden person, som vurderes at have særlig viden eller kompetencer på området.

Det følger af nævnets forretningsorden, at nævnet kan træffe beslutning om at udvide nævnet med flere medlemmer. Sammensætningen af nævnet skal dog altid være lige således, at der er lige mange medlemmer, som repræsenterer henholdsvis forbrugerinteresser og erhvervsinteresser.

Spilreklamenævnet havde i 2022 følgende sammensætning:

#### **Faste medlemmer**

##### **Formand for Spilreklamenævnet**

Dommer Jacob Scherfig, Københavns Byret

**Forskningsklinikken for Ludomani**

Klinikleder, cand.psych.aut Thomas Marcussen, Aarhus Universitetshospital  
*Suppleant cand.psych.aut Johan Tapio Vindum Eklund*

**UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole, Anvendt Erhvervsforskning**

Ph.d., Forskningsmedarbejder Lars Pynt Andersen

**Lotterierne**

Juridisk direktør Kate Jacquerot, Danske Spil A/S

**Væddemåls- og onlinekasinoudbydere**

Direktør Morten Rønne, Spillebranchen

**Dansk Automat Branche forening**

Formand Gunnar Sørensen  
*Suppleant Peter Ærboe Hansen*

**Dansk Kasinoforening**

Bestyrelsesmedlem Erik Jensen, Casino Copenhagen

De 2 sidstnævnte medlemmer indtræder som anført alene i nævnet i stedet for lotteriernes repræsentant, hvis den indgivne klage vedrører hhv. landbaserede spilleautomater eller et landbaseret kasino.

Sekretariatet for Spilreklamenævnet varetages af brancheorganisationen HORESTA.

**4. Spilreklamenævnets grundlag**

Grundlaget for nævnets arbejde er de retningslinjer for god markedsføring af spil, som fremgår af spillebranchens adfærdskodeks

Når nævnet behandler en klage over konkret markedsføringstiltag (eller af egen kraft har taget en sådan sag op), har nævnet 3 reaktionsmuligheder.

1. Hvis nævnet vurderer, at det indklagede markedsføringstiltag er i strid med spillebranchens adfærdskodeks, udtaler Spilreklamenævnet kritik heraf. Spilreklamenævnet forventer, at en sådan beslutning om kritik bliver fulgt op af umiddelbar handling, enten gennem direkte stop for markedsføringen eller gennem ændring af markedsføringstiltaget. Kritikken kan blive offentliggjort gennem en pressemeddelelse.

2. Vurderer Spilreklamenævnet, at et markedsføringstiltag er i strid med spillebranchens adfærdskodeks og redegør indklagede allerede i deres bemærkninger til sagen for, at de har stoppet eller ændret markedsføringstiltaget i en sådan grad, at Spilreklamenævnet vurderer, at markedsføringen ikke længere er i strid med spillebranchens adfærdskodeks, udtaler Spilreklamenævnet kritik, men tager i øvrigt sagen til efterretning.
3. Vurderer Spilreklamenævnet, at det indklagede markedsføringstiltag ikke er i strid med spillebranchens adfærdskodeks, kommer Spilreklamenævnet med en begrundet udtalelse herom, således at Spilreklamenævnets overvejelser fremgår.

Spilreklamenævnet forventer, at den indklagede virksomhed, i de tilfælde, hvor nævnet udtaler kritik af markedsføringen, straks følger op herpå. I tilfælde, hvor der ikke foretages umiddelbar handling, kan nævnet oversende udtalelsen til enten Spillemyndigheden eller Forbrugerombudsmanden, der har mulighed for at tage retlige skridt, hvis det vurderes at den pågældende markedsføring indebærer en overtrædelse af spillelovgivningens regler om markedsføring eller markedsføringslovens regler.

Nævnets sammensætning og retningslinjer og frister for sagsbehandlingen mv. i forhold til nævnets behandling af konkrete klager og sager der er taget op af egen drift er indeholdt i nævnets forretningsorden, som nævnet til hver en tid, når der skønnes at være behov herfor, kan ændre med simpelt flertal.

## 5. Året 2022

Spilreklamenævnet tog i 2022 kun stilling til en enkelt klage. Denne klage vedrørte spiludbyderen ComeOn's brug af Nicklas Bendtner i markedsføringen af spil. Jf. nærmere herom nedenfor under pkt. 5.1. Denne sag blev behandlet på nævnets møde den 14. marts 2022.

Herudover holdt nævnet et ordinært nævnsmøde den 30. maj 2022. De planlagte ordinære nævnsmøder henholdsvis den 22. august 2022 og den 14. november 2022 blev aflyst, da der ikke var indkommet klager til behandling.

Ud over de almindelige nævnsmøder afholdtes der den 9. maj 2022 et møde mellem repræsentanter fra Spilreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden og Spillemyndigheden. Behandlingen af klager, der vurderes at indebære en mulig overtrædelse af spillelovgivningens regler om markedsføring eller markedsføringslovens regler, blev drøftet, herunder om oversendelse til behandling hos Spillemyndigheden eller Forbrugerombudsmanden.

På den baggrund besluttede Spilreklamenævnet på mødet den 30. maj at ændre sin forretningsorden, således at klager, der vurderes at indebære en mulig overtrædelse af spillelovgivningens regler om markedsføring eller markedsføringslovens regler, oversendes til behandling hos Spillemyndigheden eller Forbrugerombudsmanden.

Ud over den omtalte klage vedr. spiludbyderen ComeOn, som nævnet tog stilling til i marts 2022, modtog nævnet i 2022 tillige 2 klager over spiludbydere. Klagerne var indgivet i fællesskab af Forsningsklinikken for Ludomani og Center for Ludomani og vedrørte anvendelsen af udtrykket "gaming" i forbindelse med udbud af spil, som klagerne fandt er misvisende.

Da disse klager reelt vedrørte en potentiel overtrædelse af markedsføringslovens regler, besluttede nævnet at oversende disse klager til videre behandling hos Forbrugerombudsmanden.

### 5.1 - Udtalelse vedr. spiludbyderen ComeOn

Spilreklamenævnet tog denne sag op af egen drift, jf. § 5 i Nævnets forretningsorden.

Sagen vedrørte online-spiludbyderen "Comeon!" (Co-Gaming Limited), som på virksomhedens hjemmeside samt på virksomhedens Facebook-side benyttede billeder af den tidligere professionelle fodboldspiller Nicklas Bendtner i forbindelse med markedsføringen af virksomhedens spil. Nicklas Bendtner optrådte også i online-reklamer/annoncer fra virksomheden.

Der blev i markedsføringen også anvendt slogans/tekster, hvori Nicklas Bendtners navn indgår.

F.eks. blev der den 7. juni i 2021 på indklagedes Facebookside skrevet:

"Er du også EM-klar ligesom Bendtner? Klik her for at få dine EM-underdrenge [link]"

Sammen med teksten var indsat et billede, hvor Nicklas Bendtner viste kanten af sine underbukser, der bar indklagedes navn.

Spilreklamenævnet anmodede ved e-mail af 10. august 2021 om indklagedes bemærkninger til sagen, idet opmærksomheden blev henledt på bestemmelsen i pkt. 4 i adfærdskodekset og den tilsvarende bestemmelse i spillelovens § 36, stk. 1, nr. 4.

Indklagede oplyste i sit svar af 9. september 2021, at indklagede ikke er medlem af "Spillebranchen", og at indklagede derfor ikke er bundet af det af spilbranchen vedtagne adfærdskodeks.

For så vidt angår brugen af Nicklas Bendtner i indklagedes markedsføring, anførte indklagede, at indklagedes kontraktmæssige forhold med Nicklas Bendtner ville ophøre pr. 31. december 2021, og at der ikke ville blive indgået en ny aftale med Nicklas Bendtner. Indklagede anmodede på den baggrund Nævnet om at lukke sagen.

Indklagede stillede herudover en række spørgsmål om Nævnets virke og berettigelse, herunder Nævnets legitimitet, og indklagede bad Nævnet om en uddybning af Nævnets rolle og legitimitet. Indklagede tog endvidere forbehold for at fremkomme med yderligere oplysninger vedrørende sagen.

Nævnets sekretariat besvarede den 15. september 2021 indklagedes spørgsmål og ønske om uddybning af Nævnets rolle, og det var i svaret oplyst, at Nævnet ville behandle sagen på Nævnets kommende møde den 6. december 2021. Indklagede blev bedt om at fremkomme med eventuelle yderligere bemærkninger inden da.

Indklagede fremsendte ikke yderligere bemærkninger.

Sagen blev herefter behandlet på Spilreklamenævnets møde den 6. december 2021, hvor Nævnet besluttede bl.a., at indklagede tillige skulle høres over en mulig overtrædelse af adfærdskodeksets pkt. 8.2 om anvendelse af personer, der af spilleren kan opfattes som "autoriteter", der har særlig indsigt i spillet.

Indklagede bad herefter i sit svar af 8. marts 2022 nævnet om at lukke sagen henset bl.a. til, at Spilreklamenævnet ikke havde truffet afgørelse vedrørende det oprindeligt anførte om mulig overtrædelse af pkt. 4 i adfærdskodekset, at den omhandlede kontrakt var ophørt, at indklagede ikke har tiltrådt adfærdskodekset og derfor ikke var/er bundet af dette, samt at den pågældende markedsføring efter indklagedes opfattelse var i overensstemmelse med dansk spillelovgivning, og at påstande om det modsatte er grundløse.

Spilreklamenævnet konstaterede, at der den 10. marts 2022 på indklagedes Facebook-side fortsat fandtes markedsføring, som anvendte billeder af Nicklas Bendtner.

Nævnet fandt, at anvendelse af kendte personer i markedsføring af spilprodukter utvivlsomt kan påvirke forbruget af spil. Nævnet fandt imidlertid, at en sådan anvendelse af kendte personer ikke i sig selv antages at være i strid med bestemmelsen i adfærdskodeksets pkt. 4 og den tilsvarende bestemmelse i spillelovens § 36, stk. 1, nr. 4.

Nævnet fandt endvidere, at indklagedes konkrete anvendelse af Nicklas Bendtner i indklagedes markedsføring ikke - i strid med sandheden - antydede, at deltagelse i spil har bidraget til Nicklas Bendtners succes.

Nævnet fandt således samlet, at indklagedes anvendelse af Nicklas Bendtner i markedsføringen ikke var i strid med bestemmelsen i adfærdskodeksets pkt. 4 og den tilsvarende bestemmelse i spillelovens § 36, stk. 1, nr. 4.

For så vidt angår en overtrædelse af Adfærdskodeksets pkt. 8.2, hvorefter der ved markedsføring af spil ikke må anvendes personer under 25 år eller anvendes personer, der af spilleren kan opfattes som "autoriteter", fandt nævnet, at Nicklas Bendtner må anses for at være en alment kendt person, som gennem sin fodboldkarriere, og den succes, som han har opnået her, særligt appellerer til unge/ynge mennesker, og at Nicklas Bendtner således i hvert fald for denne persongruppe kan opfattes som en autoritet, der har særlig indsigt i spillet.

Ved anvendelse af Nicklas Bendtner i indklagedes markedsføring, i form af billeder og slogans/tekster, hvori Nicklas Bendtners navn indgår, fandt Nævnet således, at indklagede havde anvendt en person, som i hvert fald af yngre spillere kan opfattes som en autoritet, der har særlig indsigt i spillet.

Nævnet fandt på denne baggrund, at anvendelsen af billeder af Nicklas Bendtner og dennes navn i markedsføringen var i strid med bestemmelsen i pkt. 8.2 i spilbranchens adfærdskodeks og et samlet nævnt udtalte derfor kritik over denne anvendelse.

## 6. Om at klage

Man kan klage til Spilreklamenævnet over en eller flere konkrete spilreklamer.

Der er fri klageadgang til nævnet, dvs. at både privatpersoner, virksomheder og organisationer har mulighed for at klage til nævnet.

En klage skal indgives skriftligt. Dette kan ske til Spilreklamenævnets sekretariat enten via nedenstående online-klageformular, via e-mail [horesta@horesta.dk](mailto:horesta@horesta.dk) (att. Spilreklamenævnet) eller alm. brevpost. Anonyme klager afvises og behandles ikke.

Brancheorganisationen HORESTA (Hotel-, Restaurant og Turisme) fungerer som sekretariat for Spilreklamenævnet, og klage pr. e-mail sendes til [kontakt@spilreklamenaevnet.dk](mailto:kontakt@spilreklamenaevnet.dk) eller [Horesta@horesta.dk](mailto:Horesta@horesta.dk), att. Spilreklamenævnet.

Klage pr. brev sendes til

HORESTA  
Vodroffsvej 32  
1900 Frederiksberg C  
Att.: Spilreklamenævnet

Klagen skal vedrøre markedsføring, som er foretaget af den indklagede virksomhed eller af en af denne virksomheds samarbejdspartnere.

En klage skal indeholde følgende oplysninger:

- Hvilket markedsføringstiltag klagen omhandler
- Hvor og hvornår markedsføringen er blevet set/hørt
- Hvilken regler, i Spillebranchens adfærdskodeks, der anses for overtrådt
- Hvis muligt en kopi af den markedsføring, der klages over, herunder i form af lydoptagelser (hvis radioreklame), billeder, tekst eller video. Et supplerende link til digitale reklamer skal medsendes, hvor muligt. Såfremt det ikke er muligt at sende en kopi af reklamen, f.eks. hvis der

er tale om en radioreklame, så oplyses der om sendetidspunkt for reklamen, kanalens navn og den/de udsendelse(r), som reklamen er sendt i tilknytning til.

- Kontaktdata på klager (navn og adresse, e-mail og/eller telefonnummer)

Klagers kontaktdata er nødvendige for nævnets undersøgelse af sagen og for at give klager tilbagemelding om nævnets beslutning. Navn og kontaktdata på privatpersoner vil ikke blive offentliggjort.

Indgives der en klage fra en virksomhed, organisation eller lignende, vil navnet på organisationen dog blive offentliggjort. Behandlingen af persondata sker i øvrigt i overensstemmelse med den på nævnets hjemmeside anførte persondatapolitik.

Klagen skal vedrøre en aktuell markedsføring eller en markedsføring, der har fundet sted inden for det seneste halve år.

Spilreklamenævnets formand kan afvise klager, som falder udenfor nævnets kompetence, eller er åbenbart grundløse eller indgivet anonymt.

Behandlingen af klager sker på et skriftligt grundlag, og det er ikke muligt at få foretræde for Nævnet. Klager modtager en bekræftelse på, at Spilreklamenævnet har modtaget klagen. Derefter indhenter Spilreklamenævnet kommentarer fra den erhvervsvirksomhed, der er ansvarlig for det indklagede markedsføringstiltag. Når sagen er fuldt oplyst, forelægges sagen for Spilreklamenævnet på nævnets førstkommende møde. Spilreklamenævnet træffer beslutning på baggrund af klagen og indklagedes bemærkninger.

Det tilstræbes, at nævnets beslutning sendes ud til klager og indklagede senest 3 uger efter det møde, hvor sagen er behandlet af nævnet.

Nævnet kan udsætte behandlingen af en sag, hvis sagen ikke anses for fuldt ud oplyst, eller hvis nævnet ikke kan blive enige om indholdet af eller formuleringen af en beslutning.

Det tilstræbes, at sagsbehandlingstiden i Spilreklamenævnet ikke overstiger 3 måneder fra klagen modtages, og til beslutning sendes ud til klager og indklagede.

Klager over sekretariatets behandling kan indgives skriftligt til nævnets formand. Klage kan indsendes til nævnets sekretariat, som videresender klagen til nævnets formand.

## **7. Kontaktoplysninger**

### **Spilreklamenævnets sekretariat:**

HORESTA, Vodroffsvej 32, 1900 Frederiksberg C



**E-mail:** [kontakt@spilreklameraevnet.dk](mailto:kontakt@spilreklameraevnet.dk) eller [Horesta@Horesta.dk](mailto:Horesta@Horesta.dk)

**Hjemmeside:** <https://spilreklameraevnet.dk/>

**Årsberetningen er udgivet af: Spilreklamenævnets sekretariat**

Publicering af hele eller dele af denne publikation kan alene ske med tilladelse fra Spilreklamenævnet.

#### **BILAG**

- 1) Spillebranchens Adfærdskodeks
- 2) Forretningsorden for Spilreklamenævnet