



Kulturdepartementet

Vår dato 14.06.2019  
Deres dato 15.03.2019  
Vår referanse 016.1 BW  
Deres referanse 18/99

## Høring - forslag til endringer i lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester

### Oppsummering

- Norske mediebedrifter respekterer forbudet mot spillreklame. Departementets forslag vil sikre at alle aktører i det norske markedet må etterleve forbudet. Forslaget vil dermed sikre likhet for loven og like vilkår for norske og internasjonale aktører, og også være et viktig bidrag til en ansvarlig spillpolitikk.
- MBL støtter departementets forslag til ny § 4-6 *Pålegg om å hindre eller vanskeliggjøre tilgang til ulovlig markedsføring av pengespill mv.* i lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester.

### Om forslaget

Kulturdepartementet sendte 15. mars på høring forslag til endringer i lov av 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester (kringkastingsloven).

Departementet foreslår at det lovfestes en bestemmelse som gir Medietilsynet hjemmel til å pålegge den som eier eller disponerer nett som formidler fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester å hindre eller vanskeliggjøre tilgangen til markedsføring for pengespill i strid med norsk rett. Formålet med lovforslaget er å begrense ulovlig markedsføring av pengespill i audiovisuelle medietjenester som sendes eller gjøres tilgjengelig fra utlandet, av hensyn til sårbare spillere og et ønske om å styrke enerettsmodellen.

### Bakgrunn

Reklame for uregulerte spill er forbudt i Norge. På grunn av en bestemmelse i AMT-direktivet kan imidlertid utenlandske TV-kanaler likevel omgå forbudet, og tilby reklame for ulovlige spill på TV-kanaler rettet mot det norske markedet. Kringkasterne Discovery Networks og NENT Group har etablert nesten alle sine TV-kanaler i andre land i EØS-området, og kan slik omgå de norske reglene. TV-kanaler som TV3, Max og Eurosport Norge er bare tilgjengelig i Norge, selv om kanalene sendes fra Storbritannia.

Dette er bakgrunnen for at norske TV-seere får store mengder reklame for ulovlige spill i beste sendetid, til tross for reklameforbudet.

Problemet med TV-reklame for uregulerte spill er stort. Eksempelvis ble finalen mellom Norge og Danmark i håndball-VM 27. januar i år, som hadde ulovlig spillreklame både foran, bak og under kampen, fulgt av 1,1 millioner norske TV-seere. Fordi spillselskapene har etablert seg der reguleringen er mest liberal, som på Malta, finnes ikke tall for hvor mange nordmenn som spiller på uregulerte spill og hvor mye de spiller for. Basert på hva spillaktørene bruker på markedsføring i Norge kan man imidlertid gjøre noen antakelser. Ifølge Discovery Networks kjøper spillaktørene reklame for en halv milliard kr på TV i Norge. Dette tilsier en omsetning fra norske spillere som er 8 - 10 ganger så høy, noe som betyr 4 - 5 milliarder kr. Dette er et betydelig beløp, både samlet og fordelt på de som spiller fordi de blir utsatt for den ulovlige reklamen.

Den ulovlige spillreklamen gir både ulike konkurransevilkår for norske versus internasjonale aktører, og kan føre til økte spilleproblemer i befolkningen slik departementet viser til i høringsnotatet.

### **MBLs vurdering av forslaget**


De norske mediebedriftene respekterer forbudet mot spillreklame. Departementets forslag vil sikre at alle aktører i det norske markedet må etterleve forbudet. Forslaget vil dermed sikre likhet for loven og like vilkår for norske og internasjonale aktører. Og det vil hindre at norsk TV-publikum får presentert reklame for ulovlige spill. Dette er både god spillpolitikk og god mediepolitikk.

En ansvarlig spillpolitikk, som beskytter norske forbrukere og samtidig sikrer finansiering av idrett og kultur, er viktig. En effektiv håndheving av reklameforbudet, slik at det gjelder likt for alle aktører, er et viktig premiss for at spillpolitikken skal lykkes.

MBL støtter derfor departementets forslag til ny § 4-6 *Pålegg om å hindre eller vanskeliggjøre tilgang til ulovlig markedsføring av pengespill mv.* i lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING



Randi S. Øgrey

Adm. dir.