

## SKRIFTLIG FRÅGA TILL STATSRAÅD

Från Riksdagsförvaltningen  
2022-11-23  
Besvaras senast  
2022-11-30 kl. 12.00

Till socialminister Jakob Forssmed (KD)

### **2022/23:75 Krav på måttfullhet vid marknadsföring av spel**

Den tidigare, socialdemokratiskt ledda, regeringen lämnade över propositionen 2021/22:242 *En förstärkt spelreglering* till riksdagen i syfte att stänga ute olicensierat spel från den svenska spelmarknaden, införa ett förbud mot att främja olovligt spel, utöka reklamförbud för olicensierat spel samt införa åtgärder för att minska skadeverkningarna av spel om pengar, bland annat genom ett justerat krav på måttfullhet vid marknadsföring av spel.

Riksdagens kulturutskott har, efter den nyttillträdde högerkonservativa regeringen, en annan sammansättning, och den nya majoriteten M, SD, KD och L föreslår nu att riksdagen ska säga nej till delar av den förra regeringens förslag om en förstärkt spelreglering. Detta talar emot allt vad M, KD och SD har utlovat vad gäller att begränsa skadeverkningarna av spelreklam. Mot detta har vi socialdemokrater reserverat oss.

I 15 kap. spellagen finns särskilda bestämmelser om marknadsföring av spel. Av 1 § framgår bland annat att måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av spel till konsumenter. För att avgöra om en marknadsföringsåtgärd är måttfull måste en helhetsbedömning göras. Vi socialdemokrater menar att avgörande för bedömningen bör vara hur marknadsföringen är ägnad att uppfattas av den krets till vilken den riktar sig, det medium som används och det innehåll marknadsföringen har (prop. 2017/18:220 s. 163, 164 och 328).

En utgångspunkt vid bedömningen är att bild och text ska ge en saklig, balanserad och vederhäftig presentation av den marknadsförda spelformen. Kommersiella budskap ska begränsas till relevanta fakta rörande spelet, presenterade i så saklig form som möjligt och utan ovidkommande inslag. Marknadsföringen ska inte framställa spel som något socialt attraktivt eller antyda att spel bidrar till social framgång. Inte heller ska det finnas antydningar om att spel kan vara ett alternativ till arbete, en lösning på finansiella problem eller en form av finansiell investering. Vidare ska budskapens utformning, samt deras färg, bild, typografi, layout etcetera, bedömas utifrån kravet på måttfullhet.

Det innebär att varken direktmarknadsföring eller utomhusreklam som sådan är oförenlig med kravet på måttfullhet, utan det får göras en helhetsbedömning. För att uppfylla kravet på måttfullhet ska marknadsföringen inte heller vara påträngande (prop. 2016/17:8 s. 46). Vägledning för bedömningen finns bland

annat i Konsumentverkets praxis och allmänna råd, i Europeiska kommissionens rekommendation 2014/478/EU av den 14 juli 2014 om principer för att skydda konsumenter och spelare i samband med onlinespeltjänster och för att förhindra att underåriga spelar onlinespel om pengar samt i branschorganisationernas riktlinjer för marknadsföring.

Som ett exempel på vad som kan anses strida mot måttfullhetskravet kan nämnas marknadsföring som förmedlar bilden av att spel är riskfritt eller liknande om så inte är fallet. Det får också anses strida mot kravet på måttfull marknadsföring att exempelvis ange att ett erbjudande är gratis, om det krävs att spelaren själv måste satsa pengar eller göra någon annan motprestation, till exempel lämna person- eller kontaktuppgifter, för att kunna ta del av det (prop. 2017/18:220 s. 164 och 328).

Resonemanget i propositionen är av yttersta vikt för att kunna reglera måttfullheten genom en helhetsbedömning. Men nu säger M, SD, KD och L nej till detta.

Vi socialdemokrater menar att det finns all anledning att ta oron för att marknadsföringen har en stark påverkan på bland annat barn och ungdomar på allvar. Marknadsföringen av spel riskerar dessutom att påverka personer med spelproblem negativt och kan leda till mycket allvarliga konsekvenser för både den enskilde och hans eller hennes närstående. Vi förordar därför på samma sätt som propositionens förslag ett justerat krav på måttfullhet. Den närmare innebörden av måttfullhetskravet bör även fortsättningsvis utvecklas genom praxis.

Mot bakgrund av hur Kristdemokraterna uttryckt sig angående skydd av konsumenter mot spelreklamens negativa inverkan är det förvånansvärt att man nu inte vill införa krav på måttfullhet vid marknadsföring.

Jag vill därför fråga socialminister Jakob Forssmed:

Har ministern för avsikt att i lagtext motverka aggressiv spelreklam, t.ex. genom ett justerat krav på måttfullhet, för att minska risken för spelberoende och om inte, varför?

.....  
Lawen Redar (S)

Överlämnas enligt uppdrag

Anna Aspegren