



Skatteministeriet

16. september 2022
J.nr. 2022 - 7111

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 703 af 19. august 2022 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Louise Schack Elholm (V).

Jeppe Bruus

/ Jeanette Rose Hansen

Spørgsmål

Vil ministeren redegøre for, hvorvidt der er forskning, der påviser, at spilreklamer påvirker lysten til pengespil?

Svar

Spillemyndigheden har i deres *Prævalensundersøgelse af pengespil og pengespilproblemer i Danmark 2021* undersøgt, hvorvidt reklamer påvirker personer med og uden spilproblemer. Undersøgelsens resultater var ikke entydige. De fysiske tests og surveyeksperimentet viste ikke nogen sammenhæng mellem reklamer og spillelyst, mens den kvalitative empiri viste, at reklamer bidrager til uplanlagt spil samt forstærker spillelysten blandt personer med moderate og alvorlige pengespilproblemer.

Der er derfor ikke noget entydigt svar på, om spilreklamer har en påvirkning af spillelysten, men vi ved, at spilfirmaer bruger mange penge på markedsføring af spil. Udgifterne til markedsføring kan afspejle et ønske fra spilfirmaerne om at fastholde deres markedsandel, da det er nemt for spillere at vælge et andet firma.

Jeg har vedlagt et notat med en oversigt over undersøgelser om spilreklamers effekt. Oversigten indeholder en kort gennemgang af offentligt tilgængeligt materiale eller materiale, som Spillemyndigheden har modtaget gennem ekspertgrupper eller lignende. Der kan derfor være undersøgelser, som ikke er medtaget i oversigten.

Spillemyndigheden vil derfor forhøre sig hos andre europæiske spillemyndigheder om, hvorvidt de er bekendt med forskning, der påviser, at spilreklamer påvirker lysten til pengespil via deres netværk Gaming Regulators European Forum (GREF). Når Spillemyndigheden har modtaget svar på forespørgslen, vil Skatteministeriet eftersende resultatet af forespørgslen til Skatteudvalget.