



Vejledning om lovpligtig oplysning af vilkår ved markedsføring af bonus

Der gælder særlige regler, når en spiludbyder tilbyder sine spillere en bonus for at deltage i spil. Bl.a. skal alle vilkår være oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet, hvilket denne vejledning handler om.

Indholdsfortegnelse

1 Forord.....	2
2 Retningslinjer for markedsføring af bonustilbud	2
3 Særligt om specifikke medietyper	3
4 Eksempler på hvordan væsentlige vilkår kan fremhæves i et bonustilbud	4

1 Forord

Hvis en spiludbyder tilbyder forbrugere en bonus for at deltage i spil, skal alle vilkår være oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet. Reglerne om dette står i bekendtgørelse om onlinekasino § 21, stk. 1, bekendtgørelse om landbaserede væddemål § 6, stk. 1, og bekendtgørelse om online væddemål § 19, stk. 1. Bestemmelserne er enslydende i alle tre bekendtgørelser.

Vejledningen giver udtryk for, hvordan Spillemyndigheden fortolker bonusbestemmelserne, og hvilken praksis der efter Spillemyndighedens opfattelse vil være lovlig. Spillemyndigheden vil bruge vejledningen i forbindelse med tilsyn med, om spiludbyderne overholder reglerne i de nævnte bekendtgørelser. Bonusbestemmelserne har Spillemyndigheden valgt at fortolke i overensstemmelse med praksis efter markedsføringslovens § 9 om salgsfremmende foranstaltninger, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med.

Som supplement til vejledningen vil spiludbydere have mulighed for at anmode Forbrugerombudsmanden om en forhåndsbesked om lovligheden af konkrete, påtænkte markedsføringstiltag. Spiludbydere som ønsker at benytte sig af denne ordning, skal kontakte Forbrugerombudsmanden.

Eksemplerne i afsnit 3 nedenfor fungerer som en praktisk vejledning. Eksemplerne er et tiltag med henblik på at konkretisere og illustrere, hvordan væsentlige vilkår kan beskrives i medier af forskellig karakter. Det skal understreges, at der alene er tale om eksempler på, hvordan markedsføring af bonus *kan* blive formuleret i forskellige medier.

Vejledningen er udtryk for Spillemyndighedens generelle anbefalinger i relation til typisk forekommende markedsføringssituationer ved tilbud om bonus. Det vil dog altid bero på en konkret vurdering, om et tilbud om bonus er i overensstemmelse med bonusbestemmelserne. Det er domstolene, der i sidste ende konkret afgør, om bestemmelserne er overtrådt.

Vejledningen er ikke udtømmende, og vil løbende blive opdateret af Spillemyndigheden. Opdateringen vil hovedsageligt være baseret på udviklingen i regelsættet og i praksis.

2 Retningslinjer for markedsføring af bonustilbud

Som udgangspunkt skal alle vilkår være oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet om bonus. Dette betyder, at alle vilkår, herunder fordele eller begrænsninger, skal være gengivet i tilbuddet ved den første præsentation og i samme medie, som markedsføringen finder sted. Kravet om klarhed betyder, at bonusvilkår skal være korrekte, formuleret klart og være relevante. De enkelte vilkår må derfor ikke kunne give anledning til misforståelser, tvetydigheder eller fejlfortolkninger. Vilkår bør ikke indeholde unødigt information. Eventuelle vilkår, herunder begrænsninger, i et tilbud skal være markedsført så disse fremgår lige så tydeligt som selve tilbuddet.

I nogle situationer vil det på grund af mediets art ikke være muligt at gengive alle vilkår ved første præsentation af bonustilbuddet, og det vil derfor være nødvendigt at henvise til et andet medie for yderligere oplysninger. I sådanne situationer er det afgørende, at bonustilbuddet er beskrevet

klart, loyalt og afbalanceret med hensyn til vilkår, herunder fordele eller begrænsninger. Hvis der er knyttet væsentlige begrænsninger til tilbuddet, vil det ikke være tilstrækkeligt at henvise til et andet medie, eftersom tilbuddet da ikke kan anses for at være beskrevet klart, loyalt og afbalanceret med hensyn til fordele og begrænsninger.

Følgende eksempler på vilkår må anses for væsentlige:

- *At bonus alene gælder for en begrænset kreds, eksempelvis bonus, der kun gælder for nye kunder.*
- *At der gælder indbetalingskrav for at modtage bonus.*
- *At der gælder omsætningskrav for at modtage bonus, herunder også oplysninger om spil, som ikke måtte tælle med i omsætningsopgørelsen eller at der skal spilles på minimum odds, før det tæller med i omsætningen.*
- *Tidsmæssige begrænsninger for at modtage bonus, eksempelvis udløb af bonus eller krav om omsætning inden for nærmere angivet periode.*

Hvis én eller flere af de ovennævnte vilkår konkret bliver stillet i forbindelse med et tilbud om bonus, bør de pågældende vilkår fremgå af tilbuddet ved den første præsentation/omtale og i samme medie, som markedsføringen finder sted. Dette gælder også for øvrige vilkår end de ovenfor nævnte, der må anses for væsentlige.

3 Særligt om specifikke medietyper

I dette afsnit bliver retningslinjerne for visse medietyper præciseret.

Medier med begrænset plads

For så vidt angår medietyperne (i) AddWords, (ii) bannerreklamer og (iii) radioreklamer, er der visse tekniske udfordringer, der gør, at det ikke er muligt at gengive alle væsentlige vilkår ved første præsentation af bonustilbuddet. For disse medier med begrænset plads, er der visse undtagelser fra ovennævnte udgangspunkt. I kan finde eksemplerne på formuleringer i afsnit 3 nedenfor.

I relation til *AddWords* og *bannerreklamer på internettet* har Spillemyndigheden i samarbejde med Forbrugerombudsmanden anlagt følgende opfattelse/praksis:

Det er tilstrækkeligt, at det i reklamen klart og tydeligt bliver nævnt, at der gælder vilkår for bonustilbuddet, og at der i reklamen linkes direkte til de relevante vilkår og bonustilbuddet i sin helhed. Det vil i denne forbindelse ikke være tilstrækkeligt, at der kun bliver linket til spiludbyderens generelle hjemmeside.

I relation til *radioreklamer* har Spillemyndigheden i samarbejde med Forbrugerombudsmanden anlagt følgende opfattelse/praksis:

Det er tilstrækkeligt, at det i reklamen bliver nævnt, at der gælder indbetalings- og omsætningskrav, hvis et af disse vilkår konkret bliver stillet. Herudover skal det være nævnt i reklamen, at der gælder andre vilkår for bonustilbuddet med henvisning til, hvor disse vilkår og tilbuddet i sin helhed kan læses.

Medier med ubegrænset plads

Det er Spillemyndighedens opfattelse, at en spiludbyders bonustilbud på eget website skal følge reglerne for markedsføring af bonus på websites, jf. nedenfor.

Årsagen hertil er, at der på en spiludbyders eget website ikke er tale om et medie med begrænset plads, som tilfældet er ved fx bannerreklamer, jf. ovennævnte afsnit om ”medier med begrænset plads”.

Det er derfor udgangspunktet, at alle vilkår skal fremgå i umiddelbar tilknytning til selve bonustilbuddet, når dette bliver præsenteret første gang på spiludbyderens hjemmeside.

Det accepteres dog, at alene alle væsentlige vilkår fremgår af selve bonustilbuddet, hvis der bliver linket direkte, dvs. ved kun ét klik, til samtlige vilkår i sin helhed i samme medie, jf. ovenfor om eksempler på væsentlige vilkår.

Det er ikke tilstrækkeligt kun at oplyse, hvilke væsentlige vilkår der gælder, idet det nærmere omfang af disse væsentlige vilkår skal være præciseret i selve bonustilbuddet. Det er fx ikke nok at nævne, at der gælder et omsætningskrav, idet det nærmere omfang heraf, dvs. antal gange m.v., også skal være nævnt.

4 Eksempler på hvordan væsentlige vilkår kan fremhæves i et bonustilbud

Dette afsnit indeholder eksempler på, hvordan tekster kan være udformet mere eller mindre udførligt i udvalgte medier og i overensstemmelse med kravet om en klar, loyal og afbalanceret beskrivelse af tilbuddet. Eksemplerne tager udgangspunkt i bonustilbud ved spil, som indeholder de følgende væsentlige vilkår:

- *Bonus gælder alene for en begrænset kundekreds.*
- *Der gælder indbetalingskrav for at modtage bonus.*
- *Der gælder omsætningskrav for at modtage bonus.*
- *Der gælder tidsmæssige begrænsninger for at modtage bonus.*

Det vil til enhver tid være op til den spiludbyder, som ønsker at markedsføre sit bonustilbud, at vurdere, om det konkrete bonustilbud indeholder væsentlige vilkår. Vejledningen tilsigter desuden ikke at udstikke rammer for ansvarsfordelingen mellem de personer, som tager del i markedsføringen, herunder eksempelvis den spiludbyder, som ønsker at markedsføre sit produkt, og det medie, hvori markedsføring finder sted.

Det er også den pågældende spiludbyder, som skal vurdere, i hvilket omfang tilbuddet med begrænsninger kan beskrives i det medie, som er valgt til brug for markedsføringen. Der kan derfor være situationer, hvor det konkret ikke er muligt at gengive alle vilkår udførligt ved første præsentation, uanset at dette vurderet ud fra mediets karakter, som udgangspunkt er muligt. Som et eksempel på dette kan nævnes meget små reklamer i et trykt medie, som fx aviser. I sager som disse er den, der ønsker at markedsføre et tilbud, dog fortsat ansvarlig for at sikre, at fordele og begrænsninger ved bonustilbuddet bliver markedsført lige så tydeligt som selve tilbuddet i forhold

til forbrugeren. Det kan fx betyde at spiludbyderen, ved valg af medier med begrænset plads, tilsvarende er nødsaget til at indskrænke beskrivelsen af selve tilbuddet for at gøre plads til en beskrivelse af vilkårene.

Denne vejledning tager ikke stilling til den generelle lovlighed ved konkret brug af SMS eller e-mail i markedsføring over for forbrugere, herunder i relation til forbuddet mod spam i markedsføringslovens § 6 og e-handelslovens § 9 om kommerciel kommunikation, som hører under Forbrugerombudsmandens tilsyn.

Medie	Bemærkninger	Eksempel på formulering
TV/ Biografreklamer	<p>Tekst skal være udformet, så forbrugeren reelt har mulighed for at læse denne, og fokus må ikke fjernes fra de væsentlige vilkår.</p> <p>I biografreklamer antages tekst at kunne fylde mere i kraft af biograflærredets størrelse.</p> <p>Det er op til den pågældende spiludbyder at vurdere, om tilbuddet skal formidles via speak og/eller tekst. Spiludbyderen skal dog altid sikre, at bonustilbud med vilkår bliver formuleret klart, loyalt og afbalanceret.</p>	<p><i>SPEAKER og/eller TEKST:</i></p> <p><i>"(...)Tilbuddet er forbeholdt nye kunder. Indbetal 100 kr. eller mere og modtag 100 % bonus op til max. 1000 kr. Gælder kun for visse spil. Der gælder omsætningskrav, tidsmæssige begrænsninger og andre betingelser. Læs mere på [www]."</i></p>
Radio	<p>Spillemyndigheden har i samarbejde med Forbrugerombudsmanden anlagt følgende opfattelse/praksis:</p> <p>Det er tilstrækkeligt, at det i reklamen bliver nævnt, at der gælder indbetalings- og omsætningskrav, hvis et af disse vilkår konkret bliver stillet. Herudover skal det være nævnt i reklamen, at der gælder andre vilkår for bonustilbuddet med henvisning til, hvor disse vilkår og tilbuddet i sin helhed kan læses.</p>	<p><i>SPEAKER:</i></p> <p><i>"(...) Få 200 kr. i velkomstbonus når du laver en indbetaling. Der gælder omsætningskrav og andre vilkår. Gå ind på [www.] i dag og læs mere om tilbuddet og vilkår."</i></p>
(Medie)	(Bemærkninger)	(Eksempel på formulering)
SMS	Hvis der bliver brugt aktive links i SMS beskeder, skal det fremgå af beskeden, at det pågældende link sker direkte til vilkårene på	<p><i>TEKST:</i></p> <p><i>"(...)Tilbuddet er forbeholdt nye kunder ved første indbetaling, og kun ved [pokerspil]. Der gælder omsætnings-</i></p>

	<p>vedkommende spiludbyders hjemmeside.</p> <p>Der skal være tale om frikald, eller at forbrugeren højst bliver påført almindelig sms takst. Forbrugeren må ikke blive udsat for urimelig ventetid.</p> <p>Vilkårene skal ikke have et større omfang, end de kan blive opfattet af forbrugeren ved ét opkald, og de skal være gengivet klart og tydeligt.</p> <p>Forpligtelsen til at oplyse om vilkårene i deres helhed vil også kunne opfyldes ved, at forbrugeren i den første sms bliver tilbudt at kunne rekvirere disse pr. telefon, brev eller e-mail.</p>	<p><i>krav, tidsmæssige begrænsninger og andre vilkår. Send en SMS til xxxxx og få alle regler og vilkårsendt. Det koster almindelig SMS takst.</i></p> <p><i>Alle vore regler og vilkår kan i øvrigt læses på [WWW.]”</i></p>
Bannerreklamer	<p>I bannerreklamer vil der sjældent være plads til at beskrive alle regler og vilkår, der kan være knyttet til en bonus.</p> <p>Spillemyndigheden har i samarbejde med Forbrugerombudsmanden anlagt følgende opfattelse/praksis:</p> <p>Det er tilstrækkeligt, at det i reklamen klart og tydeligt bliver nævnt, at der gælder vilkår for bonustilbuddet, og at der i reklamen linkes direkte, dvs. ét klik væk, til de relevante vilkår og bonustilbuddet i sin helhed.</p> <p>Det vil i denne forbindelse ikke være tilstrækkeligt, at der kun bliver linket til spiludbyderens generelle hjemmeside.</p>	<p>TEKST:</p> <p><i>”NU: Velkomstbonus på 200 kr. Der gælder regler og vilkår. Se dem her [direkte link].”</i></p>
(Medie)	(Bemærkninger)	(Eksempel på formulering)
AddWord	I AddWords vil der sjældent være plads til at beskrive alle	TEKST:

	<p>regler og vilkår, der kan være knyttet til en bonus.</p> <p>Spillemyndigheden har i samarbejde med Forbrugerombudsmanden anlagt følgende opfattelse/praksis:</p> <p>Det er tilstrækkeligt, at det i reklamen klart og tydeligt bliver nævnt, at der gælder vilkår for bonustilbuddet, og at der i reklamen linkes direkte, dvs. ét klik væk, til de relevante vilkår og bonustilbuddet i sin helhed.</p> <p>Det vil i denne forbindelse ikke være tilstrækkeligt, at der kun bliver linket til spiludbyderens generelle hjemmeside.</p>	<p>”NU: <i>Velkomstbonus på 1000 kr. Der gælder regler og vilkår. Se dem her [direkte link].</i>”</p>
(Medie)	(Bemærkninger)	(Eksempel på formulering)
<p>E-mail</p>	<p>Tilbuddet med begrænsninger kan beskrives i sin helhed. Der er ikke tale om et medie med begrænset plads, og alle vilkår for tilbuddet skal fremgå af selve e-mailen.</p> <p>Det accepteres dog, hvis der bliver linket til vilkårene i deres helhed via samme medie.</p> <p>Uanset at der bliver linket til vilkårene via samme medie, er det dog en forudsætning, at tilbuddet ved den første præsentation (her e-mail) er beskrevet klart, loyalt og afbalanceret med hensyn til fordele og begrænsninger, herunder at alle væsentlige vilkår fremgår af e-mailen.</p> <p>Aktive links skal være direkte til bonusvilkårene og kun ét klik væk. Det vil derfor ikke være tilstrækkeligt at linke til den generelle hjemmeside eller at forbrugeren skal igennem flere skærbilleder for at finde vilkårene.</p>	<p>TEKST:</p> <p>”(...) <i>Som ny kunde kan du netop nu oprette en konto og indbetale 100 kr. eller mere og få 100 % bonus på din indbetaling op til max. 1000 kr. For at kunne spille for din bonus, skal du gennemspille indbetalingsbeløbet [1] gang på kasinospil. Du skal gennemspille din bonus og indbetaling [3] gange, før du kan foretage en udbetaling. Dette skal ske inden 90 dage fra første indbetaling. Der gælder tillige andre vilkår, som kan læses her [direkte link].</i>”</p>

	Ved brug af aktive links skal det fremgå, at det pågældende link sker direkte til vilkårene i deres helhed på vedkommende virksomheds hjemmeside.	
(Medie)	(Bemærkninger)	(Eksempel på formulering)
Websites	<p>Tilbuddet med begrænsninger kan beskrives i sin helhed. Der er ikke tale om et medie med begrænset plads og alle vilkår må fremgå af selve websitet.</p> <p>Som udgangspunkt skal alle vilkår derfor være oplyst sammen med selve bonustilbuddet. Det accepteres imidlertid, at der linkes til vilkårene i deres helhed i samme medie.</p> <p>Uanset, at der bliver linket til vilkårene i samme medie, er det dog en forudsætning, at tilbuddet ved den første præsentation (på spiludbyderens egen hjemmeside) er beskrevet klart, loyalt og afbalanceret med hensyn til fordele og begrænsninger, herunder at alle væsentlige vilkår fremgår af den første præsentation af bonustilbuddet på websitet.</p> <p>Teksten skal være udformet, så forbrugeren reelt har mulighed for at læse denne, og fokus må ikke fjernes fra de væsentlige vilkår.</p> <p>Det aktive link skal være direkte til vilkårene, dvs. kun ét klik væk. Det vil derfor ikke være tilstrækkeligt at linke til den generelle hjemmeside eller at spilleren skal igennem flere skærmbilleder for at finde tilbuddets vilkår.</p> <p>Ved brug af aktive link skal det fremgå, at det pågældende link sker direkte til vilkårene på vedkommende virksomheds hjemmeside.</p>	<p>TEKST:</p> <p><i>"Få 1000 kr. i velkomstbonus! Indbetal 100 kr. eller mere og modtag 100 % bonus op til max. 1000 kr. Gælder kun for følgende spil: [...]. Der gælder et omsætningskrav på [10] gange til minimum odds [1,7]. Tidsmæssig begrænsning på [60] dage fra bonusen modtages.</i></p> <p><i>Regler og øvrige vilkår gælder. Læs dem her [direkte link]."</i></p>
(Medie)	(Bemærkninger)	(Eksempel på formulering)
		TEKST:

<p>Trykte medier, f.eks. annoncer i aviser og blade</p>	<p>Er der tale om annoncer m.v., herunder helsides annoncer, kan tilbuddet med vilkår beskrives i sin helhed. Der er ikke tale om et medie med begrænset plads og alle vilkår skal fremgå af selve annoncen. Hvis der er tale om mindre annoncer, accepteres en mindre detaljeringsgrad. Det er dog en forudsætning, at budskabet i bonustilbuddet stadig fremstår klart, loyalt og afbalanceret.</p>	<p><i>"100 % indbetalingsbonus! Dette tilbud er gældende for nye spillere. Du skal være 18 år for at spille hos os. Bonuskampagnen løber i perioden [periodeangivelse]. Tilbuddet er gældende for den allerførste indbetaling, og vil blive matchet med 100 % bonus op til 2000 kr. Kreditering af bonus sker til din spillekonto indenfor 3 dage fra din første indbetaling. Al bonus skal omsættes mindst [3] gange til minimum odds [1,7] på sportsvæddemål, før udbetaling eller overførsel til andre produkter kan ske. Du har en frist på [60] dage, fra den dag du modtager bonus, til at opfylde de nødvendige omsætningskrav. Der kan læses mere om tilbuddet, regler og vilkår på vores hjemmeside, [www]."</i></p>
---	--	---

Spillemyndigheden er ansvarlig for at sikre et fair, velreguleret og gennemsigtigt spilmarked i Danmark.



Danish Gambling Authority
Havneholmen 25, 7.sal
DK 1561 - København V

Tel. +45 72 38 79 13
Mail mail@spillemyndigheden.dk
Web www.spillemyndigheden.dk
