



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

28. maj 2020

Besvarelse af spørgsmål 40 ad L nr. 149 stillet af Erhvervsudvalget den 25. maj 2020.

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren kommentere henvendelsen af 25/5-20 fra Dansk Annoncørforening om køb af digital medieplads til reklamer, jf. L 149 - bilag 8.

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

Som titlen på den politiske aftale indikerer, så ønsker regeringen og de øvrige aftaleparter et opgør med kviklån. Den lette adgang til dyre forbrugslån har ikke mindst betydet, at mange unge og socialt udsatte danskere er endt i gældsfælder, som de har svært ved at komme ud af. Derfor er det nødvendigt med en række initiativer, der skal sikre beskyttelsen af forbrugere.

Det følger af den politiske aftale, der ligger til grund for lovforslaget, at det skal være forbudt at markedsføre kontante forbrugslån og virksomheder, der udbyder kontante forbrugslån i forbindelse med markedsføring af spil og spiludbydere. Det følger endvidere af den politiske aftale, at det vil være den enkelte låneudbyders ansvar at sikre, at det overholdes, og at der ikke købes reklametid eller anden markedsføring i forbindelse med markedsføring af spiludbydere eller spil. For så vidt angår de tekniske udfordringer, der måtte være forbundet hermed, har jeg som nævnt tiltro til, at man i markedet er i stand til at finde konkrete løsninger herpå, hvis man fortsat ønsker at annoncere disse lån eller spil.

Lovforslaget medfører, at de virksomheder, der omfattes af lovforslaget, skal tilpasse deres forretningsmodeller samt interne forretningsgange. Erhvervsstyrelsen område for Bedre Regulering vurderer de administrative konsekvenser ved ny lovgivning. Vurderingen er, at de administrative konsekvenser forbundet med lovforslaget vil være under 4 mio. kr., hvorfor det ikke kvantificeres yderligere.

Det er korrekt, at lovforslaget indirekte kan medføre administrative byrder for danske medier, i det omfang danske medier eksempelvis vil ændre deres sagsgange for at kunne sælge reklameplads til forbrugslånsvirksomheder, som vil undgå at overtræde de foreslåede markedsføringsforbud.

Lovforslaget forventes med ÅOP-loftet samlet set at medføre indirekte erhvervsøkonomiske konsekvenser, idet virksomheders mulighed for at markedsføre lån begrænses. Disse indirekte konsekvenser, skal ses i lyset af de skadevirkninger lånene kan forårsage og er på linje med de administrative

konsekvenser ikke kvantificeret nærmere. Det vil bl.a. afhænge af hvilken forretningsmodel de forskellige institutter vælger fremadrettet.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup