RETTEN I ODENSE - 4.afdeling

Udskrift af dombogen

DOM

afsagt den 1 4. oktober 2020

Rettens nr. 4-8942/2019

Politiets nr. 2300-94990-00012-19

Anklagemyndigheden

mod

T

Anklageskrift er modtaget den 23. oktober 201 9.

T er tiltalt for

overtrædelse af Skatteministeriets dagældende bekendtgørelse nr. 773 af 9. juni 2017 (som ændret ved bekendtgørelse nr. 1771 af 15. december 2017) om onlinekasino§ 30, stk. 1, jf. stk. 2, jf.§ 20 stk. 1, nugældende bekendtgørelse nr. 1274 af 29. november 2019 § **40, stk. 1, jf. stk. 2, jf.§ 29, stk. 1,**

ved i en periode frem til d. 6. juni 2018 forsætligt eller groft uagtsomt som indehaver af tilladelse til at drive onlinekasino at have tilbudt kunder (spillere) bonus uden at alle vilkår var oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddene som nærmere beskrevet nedenfor:

I.

På domænet Domæne1 tilbød tiltalte følgende bonus i bannerreklame: "Alle vinder - hver dag! Spin hjulet nu og få din daglige præmie", uden at følgende oplysninger blev givet ved første præsentation:

7. ''Når du satser og spiller for din indbetalingsbonus /til bud (gratis eller ind- betaling) eller bonusser, der er krediteret for gratis spins-gevinster. er den maksimalt tilladt indsats 10% (min. 1,00 kr.) af bonusbeløbet eller *5* (fx *5* EUR, *5* GBP) eller 10% af bonusbeløbet (det laveste beløb gælder), men hvis du indbetalte via Neteller eller Skrill, er den maksimale indsats (fx 1 EUR, 1 GBP). Hvis du ikke opfylder denne regel bryder du bonus- og indbetalingsbetingelserne og vi forbeholder os retten til at annullere eller slette alle gevinster. En

indsats inkluderer alle særlige ind sats-features, alle gamblefunktioner og alle andre typer af spilaktivitet (ligegyldigt hvad de kaldes)"

35. "Medmindre andet er oplyst i kampagnetilbudet, er der krav om at bonussen (inklusiv gevinster fra Gratis Spins) skal omsættes tredive (30) gange det samlede beløb. Hvis du f.eks. indbetaler 100 kr. og får 100 kr. i bonus, skal du spille det samlede beløb 30 gange. I dette tilfælde vil det være 200 kr. (indbetaling+ bonus). Hvis en bonus (inklusiv gevinster fra Gratis Spins) ikke er tildelet som en del af et indbetalingstilbud, eller hvis det samlede bonusbeløb (fra bonusser og gevinster fra Gratis Spins) er højere end det indbetalte beløb, som det krævede at få tilbuddet, er der tilknyttet et omsætningskrav på tres (60) gange, men kun på selve bonusbeløbet",

ligesom adgang til øvrige vilkår var "mere end eet klik væk" (forekomst af Pop-up-vindue og/eller behov for scrol og/eller flere klik):

2.

På domænet Domæne2 tilbød tiltalte følgende bonus i bannerreklame: "Velkomsttilbud - Indbetal og få 1000 gratis spins", uden at de under for- hold 1 nævnte oplysninger blev givet ved første præsentation.

3.

På domænet Domæne3 tilbød tiltalte følgende bonus i bannerreklame: "500 kr. + 25 spins velkomstbonus", "Bonuskode: MEGA". "Ved din første indbetaling får du 100% bonus op til dkk 500 + 25 spins på ... i bannerreklame, uden at de i forhold I nævnte oplysninger blev givet ved første præsentation.

Påstande

Anklagemyndigheden har nedlagt påstand om bødestraf.

Det tiltalte selskab har påstået frifindelse, subsidiært bøde fastsat i overensstemmelse med principperne i markedsføringsretten.

Sagens oplysninger

Det tiltalte selskab er af Spillemyndigheden meddelt tilladelse til at drive onlinekasino i Danmark blandt andet på domænerne Domæne1 , Domæne2 og Domæne3 .

Det fremgår af brev af 1. december 2015, at Spillemyndigheden har foretaget partshøring af det tiltalte selskab, og at Spillemyndigheden har vurderet, at det tiltalte selskab har overtrådt bekendtgørelse om onlinekasino § 21 , stk. 1. ved ikke at have oplyst alle de væsentlige vilkår for bonustilbud ved den første præsentation, og ved ikke at have formidlet alle vilkår på en klar og tydelig måde på Domæne4 og Domæne3 . Der er i brevet henvist til regelgrundlag og Spillemyndighedens vejledning samt anført, at Spillemyndigheden vurderer, at krav om minimumsindskud på 200 kr. og krav om tidsmæssig begrænsning

på 60 dage er væsentlige vilkår, som burde være givet ved den første præsentation af til buddet, samt at oplysningen om omsætningskravet på 30 gange. og atomsætningskravet er begrænset til visse spil, også er væsentlig.

Der har været fremlagt skærmprint fra Domæne1 , Domæne2 og · Domæne3 med de omhandlede tilbud til kunder samt med tilgængelige oplysninger efter et klik.

Det tiltalte selskab har i 2018 på onlinekasino haft en omsætning på 677.693.178 kr. og en bruttospilleindtægt på 22.182.792 kr.

Retsgrundlag

Spilleloven trådte i kraft den 1. januar 2012.

Af spillelovens § I fremgår, at lovens formål bl.a. er at holde forbruget af spil om penge på et moderat niveau, at beskytte unge eller andre udsatte personer mod at blive udnyttet gennem spil eller udvikle afhængighed af spil. og at beskytte spillere ved at sikre, at spil udbydes på en rimelig, ansvarlig og gennemsigtig måde.

Det fremgår af bemærkningerne til forslag til lov om spil, der blev fremsat den 26. marts 2010 (LFF 2010 202), at forslaget havde til formål at udmønte regeringens beslutning om en delvis liberalisering og modernisering af det danske spilmarked, og at dette bl.a. ville betyde, at konkurrencen mellem nye udbydere ville skabe bedre produkter for spillerne, samt at danskernes spil ville blive kanaliseret ind i regulerede og kontrollerede rammer. Om lovforslagets baggrund er anført følgende:

> "Den teknologiske udvikling har gjort Danmark til en del af et globalt kommunikationssamfund, hvor man som forbruger har adgang til et stort udbud af serviceydelser fra udbydere af forskellige nationaliteter. Serviceudbydernes produkter kan vurderes på pris og kvalitet via online sammenligningsværktøjer udviklet til netop dette formål, så forbrugeren, på et kvalificeret grundlag, kan træffe beslutning om hvilken serviceudbyder, der har det mest attraktive produkt. Ofte er det marginaler, der afgør valget.
>
> Den udvikling har haft stor betydning for det internationale spillemarked. Spil har igennem de seneste 10 år udviklet sig til at være en stor salgsvare på internettet (online handel) - især efter introduktionen af online poker. Internettet har givet danskerne mulighed for at sammenligne Danske Spils produkter og produktudvalg med produkterne fra online spiludbydere i Storbritannien, Malta, Gibraltar m.fl. Derfor er en stærkt stigende andel af de danske spillere i de senere år begyndt at spille hos de udenlandske spiludbydere.

Udviklingen er bekymrende i et samfundsmæssigt perspektiv. Udbud af spil kan, hvis det ikke reguleres og kontrolleres intensivt, være forbundet med negative effekter i samfundet i form af kriminalitet og offentlig uorden og kan for udsatte personer skabe spilafhængighed (ludomani). Samtidig falder overskuddet fra Danske Spil langsomt - det overskud som fordeles til velgørende formål.

Det er derfor nødvendigt at kunne regulere og kontrollere det spil, der udbydes til danskerne for at kanalisere danskernes spil ind i kontrollerede rammer og for at forebygge negative sociale følgevirkninger i samfundet."

Vedrørende lovforslagets indhold er i punkt 4.2. om fælles regulering af spillemarkedet bl.a. anført følgende:

"...

Reguleringen af spil er i dag fordelt over mange ældre og nyere love, som bliver administreret af forskellige ministerier. Spillelovene er vedtaget i forskellige tidsperioder ud fra forskellige overvejelser.

For at skabe en regulering af spillemarkedet, der er konsistent og robust i forhold til det globale marked. foreslås det derfor at samle og forenkle bestemmelserne om regulering og kontrol af spil i en lov og under en myndighed, hvor alle spil administreres i forhold til de samme hensyn og regler.

Det foreslås, at der fastsættes en fælles regulering spillemarkedet, hvorefter der, gennem indgående regulering og kontrol af det danske spillemarked, sættes fokus på beskyttelseshensynene bag loven.

Disse hensyn følger som en rød tråd gennem lovforslaget og skal desuden afspejles i den daglige administration af lovgivningen.

...

Det foreslås, at alle spil som udgangspunkt skal reguleres efter det samme sæt regler, men at der i intensiteten af reguleringen skeles til størrelsen og udbredelsen af spillet. Således skal graden af regulering være afhængig af spillets omfang, udbredelse og karakter, gevinsternes størrelse, risikoen for at spillerne kan blive snydt m.v.

Baggrunden for forslaget om at skelne mellem små og store spil er, at både spiludbydernes og spillemyndighedens udgifter til regulering og kontrol af spillene bør stå i et rimeligt forhold til de mulige indtægter fra spillet, spillernes gevinstchancer, spillets udbredelse, spiltypen m.v. Online kasinospil skal f.eks. reguleres mere indgående end lotterier, der afholdes af lokale foreninger.

...

Online udbud af spil giver spiludbyderne en teknisk platform, hvor spillerne tilbydes nye, interaktive og hurtigt afviklede spil. Der er tale om spil, hvor der altid er adgang til at spille (altid åbent), hvor der ikke er nogen personlig kontakt med spiludbydere, og hvor spillere i løbet af en kort periode kan tabe store beløb og udvikle afhængighed af spillet, der kan gribe omfattende ind i den pågældendes liv på bekostning af sociale, arbejdsmæssige og familiemæssige værdier og forpligtelser.

Online udbud af spil forstærker således umiddelbart behovet for en stærk forbrugerbeskyttelse i forhold til det traditionelle fysiske udbud af spil.

Reguleret på den rigtige måde giver de nye teknologier og salgskanaler imidlertid også bedre mulighed for, at spiludbyderne kan indlægge aldersbegrænsninger, begrænsninger i spilhastighed m.v. Disse tiltag kan medvirke til at forhindre mindreåriges spil, ludomani, kriminalitet m.v.

Reguleringen af spilleområdet er derfor som udgangspunkt ens for alle former for spil med indsatser og gevinster, der udbydes med en tilladelse i henhold til nærværende lovforslag, men der er specifikke regler, som retter sig til de spil, der formidles elektronisk og uden fysisk tilstedeværelse af spiller og udbyder/formidler på samme sted (»online spil«).

..."

Spillelovens§ 36 har følgende ordlyd:

"Markedsføring af spil

1) skal fremstille gevinstchancen på en korrekt og balanceret måde således. at der ikke skabes et indtryk af, at gevinstchancen er større, end den i realiteten er,
2) skal fremstille spil som et underholdningstilbud,
3) må hverken i kommunikationsudformning eller medievalg målrettes mod bom og unge under 18 år,
4) må ikke ved brug af kendte personligheder i strid med sandheden antyde, at deltagelse i spil har bidraget til den kendtes succes, og
5) må ikke have et indhold, der giver indtryk af. at deltagelse i spil fremmer en løsning på finansielle problemer eller giver spilleren social accept.

Stk. 2. Skatteministeren kan fastsætte nærmere regler om markedsføringen af spil."

I bemærkningerne til *§* 36 i forslag til lov om spil, der blev fremsat den 26. marts 2010 (LFF 2010 202), er bl.a. anført følgende:

"Det foreslås i bestemmelsen at fastsætte krav til markedsforingen af spil. Det foreslås bl.a. at fastsætte regler,

- der skal mindske risikoen for, at der skabes det indtryk, at gevinstchancerne er større, end de i realiteten er,
- der forhindrer at markedsforingen retter sig mod unge, og
- der forhindrer, at markedsføring har et indhold, der får det til at fremstå som om deltagelse i spil fremmer en løsning på finansielle problemer eller spillerens sociale accept.

Reklamer for spil reguleres også af markedsføringsloven, jf. lov bekendtgørelsen nr. 839 af 31. august 2009. Forbrugerombudsmanden forer tilsyn med markedsføringsloven. Markedsføringsloven fastsætter bl.a. bestemmelser om vildledende markedsføring, sammenlignende reklamer, markedsføring rettet mod børn og unge og salgsfremmende foranstaltninger.

Herudover indeholder markedsføringsloven i *§* l en bestemmelse om, at erhvervsdrivende omfattet af loven skal udvise god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser. Hvis en spiludbyder handler i strid med den nye regel i lovforslaget vil det normalt også indebære en overtrædelse af markedsføringslovens *§* 1.

l anerkendelse af at udbud af spil er et følsomt område, hvor aggressiv markedsføring af spilprodukter umiddelbart kan skabe et overforbrug og en øget afhængighed af spil blandt særligt udsatte grupper i befolkningen, er det derfor nødvendigt at lægge begrænsninger på markedsføringen af spil ud over de begrænsninger, der følger af markedsføringslovens bestemmelser.

Henset til, at spillelovens bestemmelser om markedsføring af spil indeholder supplerende regler i forhold til markedsføringslovens generelle bestemmelser, vil sager om overtrædelse af reglerne af markedsføring af spil ofte kunne bedømmes efter reglerne i spilleloven, uden at det bliver nødvendigt tillige at inddrage markedsføringsloven.

...

Det tilsigtes med bestemmelsen, at det bødeniveau, der kendes fra markedsføringsloven overføres til spilleloven, således at de hensyn der ligger bag udmåling af bødestraf er ens.

...

Hvad angår *stk. 2,* foreslås det, at skatteministeren kan fastsætte nærmere regler om markedsføringen af spil. Skatteministeren kan f.eks. fastsætte regler om brugen af bonusser i spillene - herunder såkaldte »sign-up bonus« (velkomst/indbetalingsbonus), »rake-back« (refusion af gebyr), loyalitetsprogrammer (dvs. ordninger, hvor spiludbyderen med henblik på at øge kundeloyaliteten belønner spillerne for at spille hos udbyderen) m.v."

Det fremgår af spillelovens§ 60, at der i forskrifter, der udstedes i medfør af loven, kan fastsættes straf af bøde for den, der forsætligt eller groft uagtsomt overtræder bestemmelser i forskrifterne.

Bekendtgørelse nr. 1274 af 29. november 2019 om onlinekasino er udstedt i medfør af bl.a. spillelovens § 36, stk. 2.

§ 29, stk. 1, i nugældende bekendtgørelse om onlinekasino har følgende ordlyd:

> "Såfremt tilladelsesindehaver tilbyder spilleren en salgsfremmende foranstaltning i forbindelse med udbud af spil, skal alle vilkår være oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet. Opfyldelse af en aftale om en salgsfremmende foranstaltning skal ske uden videre, når vilkårene er opfyldt" "

§ 20. stk. 1. i dagældende bekendtgørelse nr. 773 af 9. juni 2017 om onlinekasino havde følgende ordlyd:

> "Såfremt tilladelsesindehaver tilbyder spilleren en bonus for deltagelse i spil, skal alle vilkår være oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet. Udbetaling af en bonus til spilleren skal ske uden videre, når vilkårene er opfyldt."

Spillemyndigheden har i vejledning af 30. september 2014 om lovpligtig oplysning af vilkår ved markedsføring af bonus blandt andet anført følgende:

> "...
>
> **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 til knytning til tilbuddet.
>
> ...
>
> Vejledningen giver udtryk for, hvordan Spillemyndigheden fortolker bonusbestemmelserne, og hvilken praksis der efter Spillemyndighedens opfattelse vil være lovlig.
>
> ...
>
> Bonusbestemmelserne har Spillemyndigheden valgt at fortolke i overensstemmelse med praksis efter markedsføringslovens § 9 om salgsfremmende foranstaltninger som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med.
>
> ...
>
> 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.

...

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.

...

Eventuelle vilkår, herunder begrænsninger, i et tilbud skal være markedsført så disse fremgår lige så tydeligt som selve tilbuddet.

...

Følgende eksempler på vilkår må anses for væsentlige:

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

Hvis en 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.

...

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.

...

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 et 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.

..."

Spillemyndigheden har i vejledning af 14. maj 2020 (version 2.0) om salgsfremmende foranstaltninger blandt andet anført følgende:

"

3 Retningslinjer for markedsføring af salgsfremmende foranstaltninger

...

3.4 Klar og tydelig oplysning af tilbuddet

...

3.4.1 Vilkår tilknyttet den salgsfremmende foranstaltning

...

3.4.1.1 Væsentlige vilkår

Alle væsentlige vilkår tilknyttet den salgsfremmende foranstaltning skal som udgangspunkt være oplyst ved den første præsentation af tilbuddet.

...

Nedenfor følger eksempler på vilkår, der efter Spillemyndighedens vurdering, altid vil anses som værende væsentlige:

- At en salgsfremmende foranstaltning kun gælder for en begrænset kreds af forbrugere, fx nye spillere
- At der gælder et gennemspilskrav med tilhørende eksempel eller link hertil
- At der gælder et minimumsodds for bidrag til gennemspilskravet
- At der gælder et indbetalingskrav
- At ikke alle spil bidrager til gennemspilskravet
- At der gælder en tidsmæssig begrænsning til at opfylde vilkårene knyttet til den salgsfremmende foranstaltning, fx at et gennemspilskrav skal opfyldes over en periode på 60 dage

Derudover vil det ikke være tilstrækkeligt blot at nævne, hvilke vilkår der gælder, da selve vilkåret skal være præciseret. Det vil ikke være tilstrækkeligt at angive, at der gælder et gennemspilskrav - det skal præciseres, hvad gennemspilskravet er, fx gennemspilskrav på 10.

...

3.4.2 Medietyper

...

3.4.2.1 Medier med ubegrænset plads

Når der markedsføres på egne platforme og medier, har spiludbyderen selv rådighed over pladsen, hvorfor Spillemyndigheden vurderer, at der er ubegrænset plads til at angive regler og vilkår for salgsfremmende foranstaltning.

Alle regler og vilkår skal derfor præsenteres i umiddelbar tilknytning til den salgsfremmende foranstaltning, hvilket som udgangspunkt er samtidig med præsentationen af den salgsfremmende foranstaltning.

Det er dog Spillemyndighedens vurdering, at det er tilstrækkeligt alene at oplyse om de væsentlige vilkår ved første præsentation af den salgsfremmende foranstaltning, hvis der ved første præsentation bliver linket direkte til de øvrige vilkår. og disse dermed ikke er mere end et klik væk.

3.4.2.1.1 Ét klik væk

Ved et klik væk forstås. at alle regler og vilkår skal kunne tilgås blot et klik væk fra den første præsentation af en salgsfremmende foranstaltning. Dette gælder uanset hvor på præsentationen af den salgsfremmende foranstaltning forbrugeren klikker.

Dette vil sige, at uanset hvor forbrugeren klikker på en præsentation af en salgsfremmende foranstaltning, skal denne videreføres til alle regler og vilkår for den salgsfremmende foranstaltning.

Når forbrugeren har klikket på tilbuddet og bliver videreført til den fulde præsentation af regler og vilkår, kan det i sagens natur være nødvendigt for forbrugeren at scrolle ned på siden for at se samtlige vilkår. Dette anses som værende i overensstemmelse med reglen om et klik væk, så længe forbrugeren bliver præsenteret for vilkårene på den side, som forbrugeren bliver ledt hen til, og det er tydeligt for forbrugeren, at det er nødvendigt at scrolle for at se samtlige vilkår.

..."

Forklaringer

Der er afgivet forklaring af advokat X1 på vegne det tiltalte selskab og af V fra Spillemyndigheden.

Advokat X1 har forklaret, at han har været advokat for det tiltalte selskab siden 2011. Han hjalp selskabet med at få licens i Danmark og har iøvrigt ydet rådgivning om reglerne i Danmark . Der har ikke været tale om at oprette et dansk datterselskab, da kompetencerne ikke findes her i landet, men i Israel, Storbritannien, Malta og Cypern. Desuden er selskabsskatten og momsen noget højere i Danmark. De tre domæne navne, der er omhandlet i denne sag, tilhører det tiltalte selskab.

Partshøringsbrevet af 1. december 2015, sagens bilag 9, er formentlig endt med en indskærpelse til det tiltalte selskab, men han ved det ikke. Han har drøftet det med ledelsen, som heller ikke kan huske, hvad udfaldet af den sag blev.

Den bruttospilleindtægt og omsætning, der er anført i bilag 18, er korrekt.

Vedrørende forhold 1, Domæne1 , ses skærmprint i bilag 4, som det tiltalte selskab også har fremlagt i farvekopi. På side 1 ses første præsentation. De følgende sider tilgås efter et klik. Hvis man klikker på "læs fulde bonusvilkår og betingelser her" så springer man blot længere ned på samme side, hvor man også ville komme til, hvis man scrollede nedad." Domæne1's Bonuspolitik", der ses på side 5 i bilag 4, er således ikke mere end et klik væk. I afsnittet " Domæne1's Bonuspolitik" er anført vilkår 7 og vilkår 35, som dermed heller ikke er mere end et klik væk. Vilkår 7 og vilkår 35 er tillige gengivet på bilagets første side i en kort version.

Det har været en overvejelse om det visuelle og markeds føringsmæssige, der har ført til, at vilkår 7 og 35 er gengivet, som det ses på bilagets side 1. Det har været forståelsen, at de væsentlige vilkår var på forsiden, og at de fulde vilkår var et ét klik væk. Der var et ønske om, at det skulle være en pæn og ryddelig butik, som kunderne kom ind i. Skriftstørrelse og farve er acceptabel ifølge Spillemyndighedens praksis og er udtryk for et designmæssigt valg.

Vilkårene om blandt andet gennemspilskrav er opstået over tid, blandt andet fordi der var spillere, der misbrugte bonus. Bonus er udtryk for et ønske om at give mere spilletid, dvs. underholdning, for samme beløb. Det er en branchesædvane med gennemspilskrav og en frist på 60 dage. De 60 dage er også anført i bekendtgørelsen.

Vedrørende forhold 2, Domæne2 , ses skærmprint i bilag 5, som det tiltalte selskab også har fremlagt i farvekopi. Efter et klik på den forreste side kommer man til selve tilbuddet, der ses i bilagets side 2. På tilbuddets første side skal der klikkes en gang for at komme til vilkårene, som er vist i et pop- up vindue samt skrevet med sort skrift på hvid baggrund. Der er valgt en pop-up løsning, som er lettere for kunden at se og læse. Bonuspolitikken skal man klikke to gange for at komme til. Baggrunden for forskellen i løsningerne, der ses i bilag 4 og bilag 5, er, at det tiltalte selskab har forskellige markedsføringsfirmaer som samarbejdspartnere. Siderne er designet til det brand, som siden kører under. Vilkår 7 og 35 er også her i en kort version nævnt på første side sammen med tilbuddet.

Vedrørende forhold 3, Domæne3 , ses skærmprint i bilag 6, som det tiltalte selskab også har fremlagt i farvekopi. Også her er vilkår 7 og 35 nævnt i en kort version på første side sammen med tilbuddet. Ved et klik kommer man til " Domæne3's BONUSPOLITIK". Der kan man scrolle hele vejen ned og se alle vilkår. Dengang troede man, at Spillemyndigheden ville have, at de generelle vilkår skulle stå sammen med bonusvilkår. I dag har man tilpasset og sorteret, så alle betingelserne kan stå ved første præsentation.

Ledelsen i det tiltalte selskab har til vidnet oplyst, at ledelsen ikke er bekendt med, at kunder har rettet henvendelse til kundeservice om selskabets bonusvilkår. Dermed ikke være sagt, at der ikke har været henvendelser. men henvendelser er løst af servicemedarbejderen, uden ledelsens involvering, og der har ikke været klager.

V har den 21. september 2020 afgivet forklaring i SS 4-8941/2019 om nogle generelle forhold. Det fremgår af den sag, at V bl.a. har forklaret følgende:

"...

[H]un er ansat som fuldmægtig i Spillemyndigheden. Det har hun været i 3½ år. Hun har primært beskæftiget sig med markedsforingsområdet.

Baggrunden for regelsættet er, at de bonustilbud, der udbydes, skal være tydeligt og klart fremstillet for forbrugerne, så forbrugerne kan have det fulde overblik.

Den nye bekendtgørelse indeholder uddybende regler om bonustilbud. men de er uden betydning for de bestemmelser, der er overtrådt i denne sag. Det har været ønsket med den ny bekendtgørelse, at salgsfremmende foranstaltninger skal være mindre attraktive at tage imod.

Det har ikke været politisk overvejet at ophøje dele af Spillemyndighedens vejledning til bekendt gørelsesniveau. Der sker løbende meget nyt i branchen, hvilket man hurtigere kan tage højde for ved at ændre en vej- ledning frem for en bekendtgørelse.

"Et klik væk"-reglen er blevet til, fordi alle relevante vilkår ikke kan fremgå på første side.

Dengang havde de den praksis, at man ikke måtte scrolle, men på det punkt er vejledningen ændret, så det er i orden at skulle scrolle, hvis der ikke er plads til alle oplysninger om regler og vilkår, således som det fremgår af den nye vejledning, der ses i materialesamlingen side 27. Det er en lempelse i forhold til den tidligere vejledning.

...

Spillemyndigheden har et tæt samarbejde med Forbrugerombudsmanden med henblik på at sikre overensstemmelse med markedsføringsreglerne. Forbrugerombudsmanden har haft Spillemyndighedens juridiske vejledning til gennemsyn.

"Et klik væk"-reglen er udarbejdet i et samarbejde med Forbrugerombudsmanden for at sikr e, at forbrugeren ikke skal klikke et utal af gange for at få de relevante oplysninger. Der sondres mellem medier med og uden begrænset plads. Formålet med reglen er, at forbrugeren ikke skal lede efter de relevante oplysninger. Det var partshøringssvar og henvendelser fra branchen, som førte til, at Spillemyndigheden omlagde fortolkningen således, at det var i orden, man skulle scrolle ned over øvrige vilkår og betingelser

efter et klik. Fra den første til den anden version af Spillemyndighedens vejledning, som er udgivet i 2020, er der kun ændret i relation til kommissionsbaseret spil f.eks. poker.

Spillemyndigheden har vurderet vilkårs væsentlighed ud fra, om der er tale om købsbestemmende vilkår. Spillemyndigheden har vurderet væsentligheden blandt andet på grundlag af henvendelser fra borgere . Hun kan ikke sige, hvor mange henvendelser Spillemyndigheden har fået. Henvendelser fra borgerne har blandt andet omhandlet præsentationen af f.eks. gennemspilskravet og fastlåsning af beløb, indtil gennemspilskravet er opfyldt. Det er ikke muligt at få et bindende svar fra Spillemyndigheden, men Spillemyndigheden vejleder gerne.

Når der tidligere har været påtalt forhold, og den pågældende udbyder ikke har rettet ind, så foreligger der efter Spillemyndighedens opfattelse mindst grov uagtsomhed.

...

Oplysningerne om omsætning og bruttospilleindtægt er modtaget fra spiludbyderen.

Der er ikke retspraksis på området, men det er Spillemyndighedens opfattelse, at en bøde af præventive hensyn skal have en størrelse, så spiludbyderen kan mærke bøden. Bødens størrelse er derfor foreslået fast- sat til 0,3 % af bruttospilleindtægten.

..."

V har under hovedforhandlingen i denne sag forklaret, at hun for så vidt angår de generelle forhold kan henvise til den forklaring, som hun har afgivet i sagen SS 4-8941/2019 den 21. september 2020.

Vidnet har supplerende forklaret, at hun har undersøgt, hvad der skete efter partshøringen af 1. december 2015, bilag 9. Hun kan se, at der i 2015 var en dialog med det tiltalte selskab om, hvordan tingene kunne bringes i orden. Hun kan ikke se, at der dengang er givet en konkret indskærpelse til det til- talte selskab. Dialogen handlede om beslægtede emner, dvs. præsentation af særlige vilkår.

Vedrørende forhold 1, · Domæne1 , er problematikken, at der ikke er vist væsentlige vilkår på første side. Det angår vilkår 35 om gennemspilskrav på 30 gange. Gennemspilskrav kan betyde, at der skal spilles for mange penge, og det bør forbrugeren have at vide på første side. Der er tale om markedsføring på et medie med ubegrænset plads, og derfor skal væsentlige vilkår være på første side. Det er ikke tilstrækkeligt at skrive "standard gennemspilskrav". Der kunne og burde være anført, at der var 30 gange gennemspilskrav.

Også vilkår 7 skulle have været præsenteret på første side. Hvis forbrugeren ikke opfylder dette krav, kan bonus og gevinster blive slettet, og derfor er det væsentligt for forbrugeren at vide. Det er vigtigt, at oplysningen fremgår af første side, så oplysningerne ikke drukner i de generelle vilkår. Vilkår 7 har måske ikke været drøftet med det tiltalte selskab før, men det har været tydeligt i mange år, at vilkår 35 var væsentligt.

Der er ingen "et klik væk"-problematik i relation til Domæne1 .

Vedrørende forhold 2, Domæne2 , er det Spillemyndighedens opfattelse, at alle vilkår burde have været vist "et klik væk" og ikke kun de væsentlige vilkår igen. For at komme til bonuspolitikken skal der trykkes endnu en gang, og der er dermed tale om to klik. Vilkår 7 og vilkår 35 burde tillige have været præsenteret på første side.

Vedrørende forhold 3, Domæne3 , kommer man til alle vilkår ved et klik på bonuspolitik. Der er derfor ingen "et klik væk"-problematik i relation til ... . De væsentlige vilkår 7 og 35 burde have været præsenteret på første side. Disse vilkår drukner i de mange generelle vilkår. Det anførte "maks. indsats gælder for Bonus- og Gratis Spins-gevinster" handler om, at der er en øvre grænse. men Spillemyndigheden er af den opfattelse, at det burde have været præciseret med f.eks. et beløb. Vilkår 7 er også uklart og helt generelt svært at forstå.

Den nugældende bekendtgørelse ville ikke have fort til en anden vurdering af de tre forhold hos Spillemyndigheden.

Med hensyn til bødestørrelsen antager vidnet, at op- og nedrunding er sket ud fra, om 0,3 % førte til et beløb på over eller under 5.000 kr. Det er nok rigtigst i det hele at runde ned.

Rettens begrundelse og resultat

Efter forarbejderne til spilleloven og sammenhængen med markedsforingsret-ten sammenholdt med ord lyde n af lovens § 1 må det lægges til grund, at reglerne bl.a. skal beskytte forbrugere ved at sikre. at spil udbydes på en rimelig, ansvarlig og gennemsigtig måde.

Det fremgår af ordlyden og forarbejderne til spillelovens§ 36, stk. 2, at skatteministeren kan fastsætte regler om markedsføring af spil. og herunder regler om brugen af bonusser. Den af denne sag omhandlede bekendtgørelses § 29, stk. 1, må anses for udstedt med gyldig hjemmel i § 36, stk. 2, i spilleloven.

Uanset at bestemmelsen har fået en lidt anden ordlyd, end bestemmelsen i den bekendtgørelse, der var gældende på gernings tidspunktet, lægges det til grund, at der ikke derved indholdsmæssigt er tilsigtet en ændring af betydning for denne sag, hvor retten skal vurdere, om alle vilkår er oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet.

De krav, som Spillemyndigheden efter sin foltolkning af den nævnte bestemmelse i bekendtgørelsen, har anført i sin vejledning om lovpligtig oplysning af vilkår ved markedsføring af bonus, må anses for at understøtte spillelovens forbrugerbeskyttelsesformål.

Efter den sammenhæng med markedsføringsretten, der er tilsigtet ifølge spillelovens forarbejder, må det endvidere lægges til grund, at en fortolkning af den konkrete bestemmelse, hvorefter alle væsentlige vilkår skal oplyses sammen med første præsentation af tilbuddet på udbyderens egen hjemmeside, mens øvrige vilkår ikke må være mere end et klik væk, er i overensstemmelse med regelsættets formål og forarbejder. Dette må også anses for at være tilfældet for så vidt angår fortolkningen, hvorefter det kan accepteres, at der skal scrolles forudsat, at det fremstår klart og tydeligt for forbrugeren, at det er nødvendigt at scrolle.

Ad forhold 1

Efter forklaringen fra V sammenholdt med de foreviste skærmprint, lægges det til grund, at alle vilkår kan tilgås efter et klik, og at sidste led i forhold I dermed ikke udgør en overtrædelse af bekendtgørelsens § 29, stk. 1.

Det er ubestridt, at de i forhold I beskrevne vilkår 7 og 35 ikke er anført med den fulde ordlyd af vilkårene sammen med første præsentation af tilbuddet.

Efter bevisførelsen må det tillige lægges til grund, at de anførte vilkår 7 og 35 er væsentlige for forbrugeren, og at indholdet af vilkårene ikke fremgår klart og tydeligt for forbrugeren ved den forkortede beskrivelse af disse væsentlige vilkår sammen med første præsentation af tilbuddet.

Det tiltalte selskab har derfor undladt at oplyse alle vilkår på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet.

Ad forhold 2

Efter bevis førelse n, herunder forklaringerne fra X1 og V sammenholdt med de foreviste skærmprint, lægges det til grund, at alle vilkår for tilbuddet ikke kan tilgås efter et klik, men forudsætter to klik.

Således som forhold 2 er formuleret vedrører tiltalen i forhold 2 imidlertid alene de i forhold 1 nævnte oplysninger, der ikke er givet ved første præsentation, mens sidste led i forhold 1, der vedrører øvrige vilkår, ikke er omfattet af tiltalen i forhold 2. I relation til forhold 2 kan tiltalte derfor ikke findes skyldig i at have overtrådt bekendtgørelsens § 29, stk. 1, som følge af, at adgangen til øvrige vilkår for tilbuddet var mere end et klik væk.

Det er ubestridt, at de i forhold I beskrevne vilkår 7 og 35 ikke er anført med den fulde ordlyd af vilkårene sammen med første præsentation af tilbuddet omhandlet af forhold 2.

Efter bevisførelsen må det tillige lægges til grund, at de anførte vilkår 7 og 35 er væsentlige for forbruge ren, og at indholdet af vil kårene ikke fremgår klart og tydeligt for forbrugeren ved den forkortede beskrivelse af disse væsentlige vilkår sammen med første præsentation af tilbuddet.

Det tiltalte selskab har derfor undladt at oplyse alle vilkår på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet.

Ad forhold 3

Således som forhold 3 er formuleret vedrører tiltalen i forhold 3 alene de i forhold I nævnte oplysninger, der ikke er givet ved første præsentation, mens sidste led i forhold I, der vedrører øvrige vilkår, ikke er omfattet af tiltalen i forhold 3. I relation til forhold 3 kan tiltalte derfor ikke findes skyldig i at have overtrådt bekendtgørelsens § 29, stk. 1, såfremt adgangen til øvrige vilkår for tilbuddet måtte have været mere end et klik væk. Efter forklaringen fra V sammenholdt med de foreviste skærmprint, må det dog også lægges til grund, at alle vilkår kan tilgås efter et klik.

Det er ubestridt, at de i forhold I beskrevne vilkår 7 og 35 ikke er anført med den fulde ordlyd af vilkårene sammen med første præsentation af tilbuddet omhandlet af forhold 3.

Efter bevisførelsen må det tillige lægges til grund, at de anførte vilkår 7 og 35 er væsentlige for forbrugeren, og at indholdet af vilkårene ikke fremgår klart og tydeligt for forbrugeren ved den forkortede beskrivelse af disse væsentlige vilkår sammen med første præsentation af tilbuddet.

Det tiltalte selskab har derfor undladt at oplyse alle vilkår på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddet.

Ad tilregnelse i forhold 1, 2 og 3

Som anført ovenfor er der sket overtrædelser af bekendtgørelsens § 29, stk. 1, og spørgsmålet er herefter, om disse ove1trædelser kan tilregnes det tiltalte selskab som forsætlig eller groft uagtsom.

Ved vurderingen heraf må der lægges vægt på, at det tiltalte selskab helt eller delvist har oplyst om væsentlige vilkår ved tilbuddenes første præsentation, og at det i forhold 1 og 3 er muligt at tilgå alle vilkår efter et klik.

Der må endvidere lægges vægt på, at det tiltalte selskab ikke som følge af sagen fra 2015 modtog en indskærpelse fra Spillemyndigheden, og at lovgivningen er relativt ny, samt at det tiltalte selskab for at overholde den omhandlede bekendtgørelses bestemmelse, skal fortolke på ordene "klar og tydelig" og "umiddelbar tilknytning". Dertil kommer, at der ikke er mulighed for på forhånd at opnå et bindende svar fra Spillemyndigheden, således som det kendes indenfor andre af skatteministeriets ressortområder, og at der ikke tidligere har været foretaget domstolsprøvelse af Spillemyndighedens fortolkning af reglerne, således som de er kommet til udtryk i vejledningen fra 2014, der på visse punkter er uddybet og ændret i 2020.

Under disse omstændigheder må det tiltalte selskabs overtrædelser af § 29, stk. 1, i bekendtgørelse om onlinekasino anses for at bero på simpel uagtsomhed hos det tiltalte selskab.

Det tiltalte selskab frifindes derfor.

Thi kendes for ret:

T frifindes.

Statskassen skal betale sagens omkostninger.

Karin Bøgh Pedersen

Dommer

Udskriftens rigtighed bekræftes.

RETTEN I ODENSE - 4.afdeling, den 14. oktober 2020

Mathilde B. Pedersen

retsassistent