

RETTE I ODENSE - 4.afdeling

Udskrift af dombogen

DOM

afsagt den 14. oktober 2020

Retten nr. 4-8945/2019

Politiets nr. 2300-94990-00018-19

Anklagemyndigheden

mod

T

Anklageskrift er modtaget den 23. oktober 2019.

T er tiltalt for

overtrædelse af Skatteministeriets dagældende bekendtgørelse 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, 1. pkt., nugældende bekendtgørelse nr. 1274 af 29. november 2019 § 40, stk. 1, jf. stk. 2, jf. § 29, stk. 1, 1. pkt.,

ved i en periode frem til d. 25. maj 2018 forsætligt eller groft uagtsomt som indehaver af tilladelse til at drive onlinekasino at have tilbudt kunder (spillere) bonus i bannereklamer på domænet www. T .dk uden at alle vilkår var oplyst på en klar og tydelig måde i umiddelbar tilknytning til tilbuddene som nærmere beskrevet nedenfor:

"227 gratis chancer og op til 1.500 kr. i velkomstbonus" samt "Gratis chancer er til ... 2. 40 x gennemspilskrav. Gyldig 60 dage. Betingelser og vilkår er gældende" uden at følgende oplysninger blev givet ved første præsentation:

- Spillene ... og ... kunne ikke kan spilles, når velkomstbonusen var aktiv (vilkår 13.1.14)
- Det maksimale beløb, der kunne vindes, var 2.500 kr. inklusive gevinster fra gratis chancer, der var underlagt et gennemspilskrav på 40 gange (vilkår 13.3.4)
- Det maksimale beløb, der kunne vindes uden indbetaling som en del af velkomstbonusen, var 250 kr. (vilkår 13.3.4)
- Velkomstbonusen var delt op i to overførsler, således at spilleren ved første overførsel af egne penge fik 100% i bonus op til 1.000 kr., og ved anden overførsel 50% op til 500 kr., hvorved bonusen samlet blev op til 1.500 kr.

- Indsatser på gamble- og dobbelt-op-featureen var ikke tilladt under velkomstbonussen, og gevinster vundet på disse features var ugyldige (vilkår 13.1.11)
- Der var en maksimal indsatsgrænse på 50 kr. pr. indsats, indtil gennemspilskravet var mødt, således at bonus og gevinster herfra var ugyldige, hvis indsatsen oversteg 50 kr. (vilkår 13.1.12),

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).

Påstande

Anklagemyndigheden har nedlagt påstand om bødestraf.

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

Sagens oplysninger

Det tiltalte selskab er af Spillemyndigheden meddelt tilladelse til at drive onlinekasino i Danmark på domænet www. T .dk.

Der har været fremlagt skærmpoint fra www. T .dk med det omhandlede tilbud til kunder samt med tilgængelige oplysninger efter ét klik.

Det tiltalte selskab har i 2018 på onlinekasino haft en omsætning på 651.812.086 kr. og en bruttospilleindtægt på 26.303.262 kr.

Retsgrundlag

Spilleloven trådte i kraft den 1. januar 2012.

Af spillelovens § 1 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 af spillemarkedet, hvorefter der, gennem indgående regulering og kontrol af det danske spillemarked, sættes fokus på beskyttelsehensynene 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 spiludbydere 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 spiludbydere 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 børn 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 markedsføringen 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 markedsføringen 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 § 1 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.

I 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, 1. pkt. 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."

§ 20, stk. 1, 1. pkt. 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."

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 tilknytning 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 markedsføringsituationer 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 X1 på vegne det tiltalte selskab og af vidnet V fra Spillemyndigheden.

X1 har forklaret, at han er direktør i det tiltalte selskab. Oprindeligt var T et landbaseret kasino i Aarhus. Onlinekasino-selskabet blev stiftet i 2015 og havde den gang base i Lyngby. Aktiviteterne blev påbegyndt i maj 2016 og flyttet til Malta i 2017 af konkurrencemæssige årsager. Flytningen havde intet at gøre med skat, men handlede om, at al ekspertisen indenfor spilindustrien var på Malta. Det er ikke en guldrandet forretning at drive et onlinekasino. Det tiltalte selskab får et gebyr på 3,8 %, mens det resterende beløb går til selskabets kunder. Der er 9 ansatte i selskabet, der havde underskud i 2018. Det tiltalte selskab driver ikke onlinekasino-virksomhed i andre lande end Danmark og påtænker ikke at etablere et dansk datterselskab.

Da de påbegyndte aktiviteterne, gjorde de sig overvejelser om indholdet af spilllovgivningen. Bekendtgørelsen var vag i sine formuleringer i relation til bonus og markedsføring. Det tiltalte selskab holdt sig derfor i høj grad til den vejledning, som Spillemyndigheden havde udgivet, og som var udtryk for Spillemyndighedens fortolkning. Det tiltalte selskab har tilstræbt at leve op til det, der stod i vejledningen, og havde både et samarbejde og en hyppig dialog med Spillemyndigheden. Spillemyndigheden har også

besøgt det tiltalte selskab på Malta forud for, at denne sag opstod. I den forbindelse blev der ikke givet udtryk for, at der var en straffesag under opsejling.

Ved halvårsmøderne hos Spillemyndigheden i tiden op til, at det tiltalte selskab fik partshøringen, har emnet ikke været taget op af Spillemyndigheden. Det tiltalte selskab har ikke modtaget en indskærpelse, advarsler eller lignende fra Spillemyndigheden forud for politianmeldelsen i denne sag.

Domænet www. T .dk tilhører det tiltalte selskab.

Den omsætning og brutto spille indtægt, der er opgjort i bilag 25, er korrekt.

Baggrunden for, at det tiltalte selskab har knyttet vilkår til tilbud, er, at misbrug af tilbuddene skal begrænses. I starten var tilbuddene til kunderne ret generøse, men henset til, at der kun tilkom spiloperatøren 3,8% af omsætningen, og at de skulle betale skat, måtte tilbuddene begrænses. Det tiltalte selskab ønskede desuden tilfredse kunder, som fik underholdning, hvorimod det tiltalte selskab ikke ønskede kunder, der kun spillede for at trække pengene ud og leve af fortjenesten.

Det af sagen omhandlede tilbud ses i bilag 3. På første side er det muligt at klikke enten på det tydelige gule telt "REGISTRER" eller på det med gult fremhævede "BETINGELSER & VILKÅR" eller på fanen "KAMPAGNER" øverst til venstre på samme side. For at få tilbuddet skal man gennem en side, hvor der oprettes konto nr., og hvor der sker verificering med nemID.

Ved opsætningen af hjemmesiden er der set i bekendtgørelsen og i Spillemyndighedens vejledning samt i markedsføringsloven og på konkurrenternes hjemmesider.

På det omhandlede tidspunkt i 2018 havde det tiltalte selskab eksisteret i 2 år. De var helt sikre på, at de levede op til alle regler om at fremhæve betingelser og vilkår for tilbud.

På side 2 i bilag 3 ses samme tilbud. Det fremgår af adresselinjen, at det billede er fremkommet efter et klik på kampagner.

Bilagets tredje side fremkommer, når der på side 2 er klikket på "læs mere". Der er tale om en "lightbox", der findes på samme side, og som altid vil blive vist. Side 4 i bilaget viser samme boks, hvor der blot er scrollet lidt ned.

Bilagets femte side er tilgået gennem registreringsflowet, hvilket ses i adresselinjen. Det samme billede ville fremkomme, hvis man kikkede på "BETINGELSER & VILKÅR" på side 1. Uanset hvilken måde man benytter, vil dette flow blive åbnet, og det skal accepteres.

Vilkårene under pkt. 13.1 vedrører velkomstbonus. Vilkårene under pkt. 13.3 vedrører gratis chancer. De 2 typer af vilkår er separat beskrevet, da de er uafhængige af hinanden. En sammenskrivning af vilkårene ville blive misvisende.

Det vilkår, der fremgår af pkt. 13.1.14. er begrundet i, at de pågældende spil har store udsving i forhold til gevinst og tab, og det er derfor umuligt at forudsige udfaldet. Disse spil er derfor ekskluderet. Det er standard i branchen. Det ville fylde alt for meget, hvis det skulle tilføjes ved første præsentation.

Vilkåret i pkt. 13.3.4 vedrører gratis chancer og er indført for at begrænse, hvor meget man kan vinde uden at foretage indbetaling. Et gennemspilskrav på 40 gange betyder, at værdien af gevinster skal spilles 40 gange, før beløbet kan trækkes ud. Det er begrundet i et hensyn til rentabiliteten og er sædvanligt i branchen. Formålet er at undgå, at tilbuddet benyttes af kunder, som ikke ønsker at være kunder, men blot vil hæve penge.

Der er vedrørende dette vilkår en faktuel fejl i anklageskriftet, da det ikke fremgår, at vilkåret fortsætter", hvor Spiller er henvist fra et Cashback website". Vilkåret er aldrig blevet brugt, men er indsat for at undgå udnyttelse. Der er aldrig kommet kunder fra et Cashback website. Det er stadig muligt at vinde over 2.500 kr.

Vedrørende anklageskriftets fjerde dot, om opdeling af overførsler, er der tale om et vilkår. der er sædvanligt i spilindustrien. Det var ikke et væsentligt krav, men var beskrevet sammen med første præsentation.

Vedrørende vilkåret i pkt. 13.1.11 er dette begrundet i et ønske om at undgå misbrug ved at snyde gennemspilskravet. Det er et standardvilkår i branchen.

Vedrørende vilkåret i pkt. 13.1.12 er det sædvanligt indenfor branchen med et maksimum på 50 kr. Vilkåret er begrundet i et ønske om at forlænge kundens oplevelse og undgå misbrug.

Den klage, der er indgået til Spillemyndigheden den 12. februar 2019, jf. bilag 6, har han ikke hørt om før i forbindelse med denne sag. Den pågældende spiller har modtaget gratis chancer uden indbetaling. Spilleren havde spillet for en indsats på 500 kr. i stedet for 50 kr. Det tiltalte selskab konfiskerede ikke hele gevinsten, men beløb over 1.100 kr. Spilleren overholdt kravene efterfølgende og havde ikke indbetalt noget beløb, men havde altså stadig fået 1.100 kr. foræret. Der har ikke været mange klager svarende til denne. Det, der primært klages over, er 50 kroners grænsen, hvilket ikke er muligt at ændre af det tiltalte selskab på grund af den software, der benyttes.

Han var bekendt med "et klik væk"-reglen fra Spillemyndigheden, men der var den gang ikke en definition af, hvad reglen nærmere betød, således som det nu kan ses i vejledningen fra 2020.

Ved et klik på første side med præsentationen af tilbuddet vil de fulde vilkår komme frem, når der klikkes på "BETINGELSER & VILKÅR". Et klik på rubrikken "LÆS MERE" fører også til boksen, der ses i bilagets side 3.

Det skærmbillede, der ses i bilagets side 5, er også kun et **klik** væk fra første præsentation.

Da han fik partshøringen, var det første gang, han hørte om dette emne fra Spillemyndigheden. Det tiltalte selskab ønskede i høj grad et ansvarligt dansk spilmarked og ændrede derfor straks på alt, hvad Spillemyndigheden havde påpeget. Overfor Spillemyndigheden anførte han de to faktuelle fejl, således som det fremgår af mailen af 10. december 2018, jf. bilag 5. Han var chokeret, da han mente, at de havde den højeste standard i markedet. Ved halvårsmødet i Spillemyndigheden to dage senere talte han med X2, der var chef i Spillemyndigheden. X2 gav udtryk for, at det formentlig ville ende med en advarsel, da der ikke var tidligere sager.

Han talte med X3 både i december 2018 og januar 2019. I december 2018 viste han hende bilag 17, hvor man kunne se, at de vilkår, som Spillemyndigheden mente var væsentlige, nu var tilføjet på hjemmesiden. Han havde forventet, at de herefter kunne slippe med en advarsel.

På telefonmødet i januar 2019 fik de positiv feedback fra Spillemyndigheden og ændrede hjemmesiden, som det ses i bilag 18, side 3, så det blev tydeligt, at der skulle scrolles. Denne ændring blev foretaget efter konkret feedback fra Spillemyndigheden.

Han blev klar over, at det tiltalte selskab var blevet politianmeldt, da han fik henvendelsen fra politiet i april 2019. I første omgang modtog det tiltalte selskab dog et sigtelsesbrev, der vedrørte domæner, som ikke tilhørte selskabet. Det gjorde han straks politiet opmærksom på. Da de fik det rigtige sigtelsesbrev, gjorde han opmærksom på de to faktuelle fejl, som det fremgår af mailen af 11. juni 2019, bilag 15. Han henviste i mailens pkt. 6 til de mange andre konkurrerende spiloperatørers markedsføring for at vise, at det tiltalte selskab havde tydeligere oplysninger end andre. Ingen andre havde fået bøder som følge af deres fortolkning af reglerne.

Han har i sin mail af 2. juli 2019 med bilag, som er fremlagt i forbindelse med hovedforhandlingen, gennemgået de største operatører og herunder det statsejede spilselskab. Man kan se, at den markedsføring, som disse benytter, ikke adskiller sig fra det tiltalte selskabs markedsføring.

V har forklaret, at hun er ansat som fuldmægtig i Spillemyndigheden. Det har hun været i 3½ år. Hun har primært beskæftiget sig med markedsføringsområdet.

Baggrunden for regelsættet er, at vilkår for tilbud skal være tydelige for forbrugerne. Det bunder i forbrugerbeskyttelseshensyn.

Den omhandlede bestemmelse i bekendtgørelsen er rummeligt formuleret. Spillemyndigheden udgav i september 2014 en vejledning, som indeholdt Spillemyndighedens fortolkning af bestemmelsen. I forbindelse med udarbejdelsen af vejledningen søgte Spillemyndigheden inspiration fra markedsføringslovgivningen og var i tæt samarbejde med Forbrugerombudsmanden.

"Et klik væk"-reglen er tydeliggjort i Spillemyndighedens vejledning, der er udgivet i 2020.

Det er Spillemyndighedens opfattelse, at væsentlige vilkår skal være tydelige ved første præsentation af et tilbud på et medie med ubegrænset plads, hvilket udbyderens egen hjemmeside er. På spiludbyderens egen hjemmeside skal alle væsentlige vilkår derfor fremgå ved første præsentation af tilbuddet. Resten af vilkårene skal højst være et klik væk. Dette er af hensyn til, at det skal være overskueligt for forbrugeren. Hvis der skal scrollles, skal det være tydeligt, at det er nødvendigt. Tidligere fortolkede Spillemyndigheden scroll som ét klik.

Der var en særlig opmærksomhed på bonus-reglerne i 2018, og det førte til denne sag. Der har ikke været en tidligere sag med det tiltalte selskab. Udgangspunktet i de fleste sager har været, at der er givet en indskærpelse første gang, men i denne sag har antallet og alvorligheden af overtrædelserne ført til politianmeldelse uden forudgående indskærpelse. Hun har ikke kendskab til andre spiludbydere, som er blevet politianmeldt uden forudgående indskærpelse.

I forbindelse med tilsynsprojektet i 2015 blev der ikke foretaget anmeldelser, men givet indskærpelser. Der er foretaget flere politianmeldelser end i de fire sager, som af Fyns Politi er indbragt for retten i Odense.

Hun kan ikke kommentere på de spiludbydere, som det tiltalte selskab har omtalt i sin mail af 2. juli 2019, idet hun er undergivet tavshedspligt. Henvendelser af den karakter indgår i Spillemyndighedens generelle tilsyn. Hun kan ikke forklare, hvorfor Spillemyndigheden i politianmeldelsen af 5. marts 2019, bilag 2, side 4, har anvendt betegnelsen "særlig væsentlig karakter" om nogle vilkår. Spillemyndigheden opererer med væsentlige vilkår og øvrige vilkår, hvorimod der ikke findes en kategori af særligt væsentlige vilkår.

Hun er bekendt med, at der har været en dialog mellem sagsbehandleren X3 og det tiltalte selskab i anledning af denne sag. Det fremgik af partshøringen, at der var risiko for politianmeldelse.

Det af sagen omhandlede tilbud ses i bilag 3. Tilbuddet præsenteres på første side i bilaget, hvor alle væsentlige vilkår ikke er vist. De øvrige væsentlige vilkår burde have været vist på første side, og alle øvrige vilkår burde have været tilgængelige ved et klik. De væsentlige vilkår, som mangler, er dem der fremgår af anklageskriftet, såsom at der er spil, man ikke kan spille, når velkomstbonusen er aktiv, at der er tale om en maksimal gevinst, og at velkomstbonusen er delt op i 2 overførsler, samt at der er en maksimal indsatsgrænse på 50 kr. mv.

Side to i bilag 3 kan også anses for at være første præsentation af tilbudde, men heller ikke der er alle væsentlige vilkår anført. På bilagets tredje side fremkommer et pop-up vindue efter, at der er klikket på

"LÆS MERE". Oplysningerne i vinduet er tilgængelige efter et klik, men der mangler oplysning om, at der er flere regler og vilkår, end de anførte.

Hun kan ikke forklare, hvorfor bilagets femte side er et screen-shot fra den 28. juni 2018, mens de fire første sider er screen-shots fra den 25. maj 2018. Det kræver mere end et klik at komme til bilagets femte side.

Det væsentligste problem i denne sag er dog, at alle væsentlige vilkår ikke er oplyst ved første præsentation af tilbuddet.

Vedrørende bødeberegningen er hun enig i, at det nok er rigtigst at runde ned, da dette er sket i andre sager.

"Et klik væk"-reglen er uddybet, men ikke ændret, i den nye vejledning fra 2020.

Hun kan ikke ud fra sagens akter forklare, hvad et klik på "BETINGELSER & VILKÅR" førte til, men hvis ét klik derpå førte til side 5 i bilag 3, så er der ikke en "ét klik væk"-problematik i denne sag. Hvis der ved et tryk på "LÆS MERE" på bilagets side 2 fremkommer det pop-up vindue, der ses på bilagets side 3, og hvoraf det fremgår, at der skal scrolles til flere vilkår, vil der heller ikke være en "et klik væk"-problematik. Det er heller ikke tilfældet, hvis man via et klik på "REGISTRER" kommer til billedet, der ses på side 5 i bilaget.

Samlet set vurderer hun, efter den usikkerhed, der er med hensyn til de foreviste skærbilleder, at hun ikke med sikkerhed kan sige, at der i denne sag er en problematik vedrørende "ét klik væk"-reglen.

Det skal nok passe, at 28 ud af 32 godkendte spiludbydere fik partshøringer fra Spillemyndigheden i slutningen af 2018. Spillemyndigheden fandt på det tidspunkt, at dialog ikke længere var nok. Hun har ikke viden om, hvor mange af disse udbydere, der ikke tidligere var blevet partshørt.

Det er hendes opfattelse, at det tiltalte selskab har været samarbejdsvillig i forhold til Spillemyndigheden.

Retten's begrundelse og resultat

Efter forarbejderne til spilleloven og sammenhængen med markedsføringsretten sammenholdt med ordlyden 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, 1. pkt. må anses for udstedt med gyldig hjemmel i § 36, stk. 2, i spilleloven.

Uanset at denne bestemmelse har fået en lidt anden ordlyd, end bestemmelsen i den bekendtgørelse, der var gældende på gerningstidspunktet, 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 fortolkning 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.

Efter bevisførelsen, herunder dateringen af de foreviste skærmpoint sammenholdt med forklaringen fra V, lægges det til grund, at alle vilkår kan tilgås efter et klik ved at scrolle, og at det er klart og tydeligt, at der skal scrolles, samt at sidste led i tiltalen dermed ikke udgør en overtrædelse af bekendtgørelsens § 29, stk. 1, 1. pkt.

Det er ubestridt, at de øvrige i tiltalen nævnte oplysninger ikke er anført sammen med første præsentation af tilbuddet.

Efter bevisførelsen må det tillige lægges til grund, at de anførte vilkår er væsentlige for forbrugeren. Det kan ikke føre til en anden vurdering heraf, at der for så vidt angår vilkår 13.3.4 til dels er tale om et vilkår, der retter sig mod spillere henvist fra et Cashback website, og som aldrig er blevet brugt af det tiltalte selskab.

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

Spørgsmålet er herefter, om denne overtrædelse af bekendtgørelsens § 29, stk. 1, 1. pkt. kan tilregnes det tiltalte selskab som forsætlig eller groft uagtsom.

Ved vurderingen heraf må der lægges vægt på, at det tiltalte selskab har oplyst flere væsentlige vilkår ved tilbuddets første præsentation, og at det er muligt at tilgå alle vilkår efter et klik og scroll.

Der må endvidere lægges vægt på, at det tiltalte selskab ikke tidligere har modtaget en indskærpelse fra Spillemyndigheden i anledning af en konstateret overtrædelse af bekendtgørelsen, 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.

Der må endelig lægges vægt på, at det tiltalte selskab straks rettede sig efter Spillemyndighedens anvisninger, da det tiltalte selskab blev bekendt med Spillemyndighedens forståelse af regelsættet.

Under disse omstændigheder må det tiltalte selskabs overtrædelse af § 29, stk. 1. 1. pkt. 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