

Finansdepartementet

Avdelningen för offentlig förvaltning,
Enheten för offentlig upphandling
Att: Matilda Hårdänge

Endast via e-post till fi.remissvar@regeringskansliet.se med kopia till matilda.hardange@regeringskansliet.se

Stockholm den 14 oktober 2021

Remissvar avseende Promemorian Särskild måttfullhet vid marknadsföring av spel till konsumenter (Fi2021/02357)

AB Kvällstidningen Expressen ("Expressen") har tagit del av rubricerad promemoria och får härmed anföra följande.

Expressen avstyrker promemorians förslag om skärpta krav för marknadsföring av spel.

Expressen menar att den nuvarande spellagen (2018:1138) tjänar sitt syfte väl och att nu gällande krav avseende måttfullhet vid marknadsföring av spel är tillräckligt. Expressen instämmer därmed med den bedömning som Spelmarknadsutredningen gjorde i sitt slutbetänkande (SOU 2020:77 s. 177–180) om att spelreklam ska utgöra "måttfull marknadsföring" utan krav på "särskild måttfullhet".

Bakgrund

Expressen är en riksspridd dagstidning som sedan 1944 berättat om nyheter, nöje, sport och opinion. Idag distribueras Expressens journalistik i olika mediekanaler och når en genomsnittlig dag 2,9 miljoner läsare. Expressen ägs av Bonnier News som ingår i Bonnier Group.

Sport har sedan premiärnumret för 77 år sedan utgjort en väsentlig del av Expressens innehåll och publicistiska profil. Varumärken, bilagor, sajter etc som t ex *Spel-Expressen*, *Trav-Expressen* etc har genom åren varit välkända begrepp för svenska mediekonsumenter.

Det var också Expressen som först granskade problem på den svenska spelmarknaden. 1990 avslöjade Expressen att spelbolaget Tipstjänst (idag Svenska Spel) utsatts för en kupp med läggmatcher inom ishockey och bandy. Justitiekanslern åtalade Expressens ansvariga utgivare för förtal på 176 punkter, men efter en uppmärksam rättegång 1991 friades Expressen helt. Först 2000 erkände inblandade spelare att Expressen hade rätt. 2007 skrev en av landets mest kända bandyspelare sina memoarer och tillstod att en match var uppgjord. Idag är förekomst av s k matchfixning erkänd i Sverige.

För Expressen är spel i olika former ännu 2021 ett viktigt och uppskattat bevakningsområde. Expressen rapporterar om spelbolag, om problemspel, om matchfixning, om konsumenter som vinner, om sponsringsavtal och om olika odds etc. Spelbevakningen sker i olika genrer såsom undersökande journalistik, konsumentjournalistik, sportjournalistik osv.

Expressen har under de senaste decennierna också hävdat den kommersiella yttrandefriheten. Efter den s k Gambelli-domen i EG-domstolen 2001 började Expressen, liksom Aftonbladet, 2003 publicera annonser för utländska spelbolag och 2012 friades kvällstidningarnas tidigare chefredaktörer för detta av Högsta domstolen. Trots en lång rad viten och processer i olika domstolar kunde Expressen fortsätta publicera motsvarande spelreklam och parallellt opinionsbilda för den omreglering av

spelmarknaden fram tills det senare skedde 2019. Expressen välkomnade den nya regleringen med licenser utfärdade av Spelinspektionen och har respekterat lagstiftningen gällande tillåtna annonsörer och reklamens utformning. Expressen har också inom branschorganisationen Tidningsutgivarna varit involverat i framtagandet av dagspressens egna riktlinjer gällande spelreklam.

Expressens har, som ovan beskrivet, ett långt och seriöst engagemang gällande spel.

Promemorians förslag

Expressen anser att promemorians förslag, som innebär att spelreklam jämförs med alkoholreklam, utgör ett ingrepp i den kommersiella yttrandefriheten. Svensk medietradition bygger i huvudsak på självreglering via t ex Allmänhetens Medieombudsman (MO) gällande journalistik eller Reklamombudsmannen (RO) gällande marknadsföring. De fåtal speciallagar avseende reklam som trots allt införts gällande t ex alkohol och tobak är undantag och lagstiftaren bör, enligt Expressens mening, vara mycket restriktiv med att införa fler undantag. Ytterligare begränsningar gällande marknadsföring utmanar den svenska ordning som ger utgivaren för ett grundlagsskyddat media en vidsträckt rätt att själv inta en ansvarig hållning till vad som får och bör publiceras.

Om – o m – politiska förslag om att t ex inskränka möjligheten för spelreklam blir verklighet måste vi ställa oss frågan vilka övriga näringsområden som kan bli föremål för sådana begränsande initiativ om opinionsvindarna för stunden blåser mot dem i framtiden? Flygindustrin? Fordonstillverkarna? Bolag som säljer mat med socker i? Expressen önskar inte lättvindigt avfärda en uttalad ambition om konsumentskydd, men det måste framhållas att Expressen alltid kommer att försvara den grundläggande principen om yttrandefrihet och därmed kommer att avstyrka förslag som innebär inskränkningar av densamma.

Expressen avstyrker vidare promemorians förslag mot bakgrund av den bristfälliga konsekvensanalys som gjorts. I förslaget fastslås att: *”Förslaget bedöms därför inte medföra ett intäktsbortfall för de mediekanaler som har annonsintäkter från spelreklam.”* Expressen, som genom åren publicerat reklam för Tipstjänst/Svenska Spel, ATG, allmännyttiga lotterier och sedan 2003 också utländska spelbolag, delar inte alls denna analys. Det är för Expressen uppenbart att om licenshavarnas möjligheter att utforma sina budskap begränsas ytterligare, då påverkas reklameffekten och därmed också värdet av annonserna. Därmed kommer intresset för att annonsera, och kanske sponsra idrottsförbund och klubbar och organisationer, att minska hos spelbolagen med uppenbara negativa konsekvenser för de aktuella mediekanalerna, välgörenhetsorganisationerna m fl. Denna utveckling förefaller inte ha beaktats alls i promemorian.

Slutligen, om licenshavarna begränsas i sin marknadsföring, kommer fler konsumenter att söka sig till aktörer som står utanför den svenska regleringen. Många av dessa aktörer marknadsför sig på internet på det svenska språket, för en svensk publik, men struntar i ålders- och insättningsgränser och erbjuder inte något konsumentskydd alls. Följden blir att den s k kanaliseringen minskar och därmed minskar också attraktiviteten för seriösa spelbolag att betala 18% skatt för att ha spellicens i Sverige.

Slutord

Expressen och andra kommersiella svenska mediebolag verkar på en starkt konkurrensutsatt mediemarknad där digitala reklaminvesteringar till uppskattningsvis 90% tillfaller globala techjättar. Att då ytterligare försvåra den svenska mediebranschens förutsättningar att fortsatt producera kvalitetsjournalistik i hela landet, utan en mer genomarbetad konsekvensanalys än vad som förekommer i promemorian, vore inte önskvärt.

Det finns flera skäl att ifrågasätta promemorians förslag. Expressen, som en av landets ledande massmedier, har i detta remissvar tagit fasta på främst förslagens påverkan på yttrandefriheten och möjligheterna att finansiera publicistik i framtiden.

Expressen hänvisar också till de remissvar som Bonnier News och branschorganisationen Tidningsutgivarna inlämnar.

Stockholm som ovan

AB Kvällstidningen Expressen
Anders Eriksson
verkställande direktör