

**Mottagare**  
Konsumentverket  
Box 48, 651 02 Karlstad  
[konsumentverket@konsumentverket.se](mailto:konsumentverket@konsumentverket.se)

## Yttrande över Konsumentverkets förslag till allmänna råd om marknadsföring av spel till konsumenter (dnr 2023/565)

Statens medieråd har beretts möjlighet att yttra sig över denna remiss. Statens medieråd ska verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Myndigheten ska följa medieutvecklingen när det gäller barn och unga samt sprida information och ge vägledning om barns och ungas mediasituation. Myndigheten ska fastställa åldersgränser för film som är avsedd att visas för barn under 15 år enligt lagen (2010:1882) om åldersgränser för film som ska visas offentligt.

Ärendet har beretts med de utgångspunkter som Statens medieråd, utifrån sitt uppdrag, främst har att beakta.

### Övergripande reflektioner

Statens medieråd ser det som värdefullt att Konsumentverket tagit fram detta förslag till allmänna råd om marknadsföring av spel till konsumenter. Spelreklamen är omfattande och i vissa fall påträngande. Dess påverkan också på barn och unga bör inte underskattas och kan bidra till en uppfattning bland dem att spel om pengar är en fritidsaktivitet som en stor del av befolkningen ägnar sig åt. De olika fönstren för reklam av detta slag har också mångdubblats de senaste åren, vilket bidrar till en större potentiell påverkan. Statens medieråd ser det därför som önskvärt att råden är så strikta som möjligt i fråga om barn och unga. Spel om pengar kan föra med

sig allvarliga konsekvenser både på lång och kort sikt – såväl för individen som för samhället i stort.

## 2.3 Förbud mot marknadsföring särskilt riktad till barn och unga

Förslagets text: *Marknadsföring bör inte framställas på ett sådant sätt att barn och ungas oerfarenhet och bristande kunskap utnyttjas. Marknadsföring bör inte heller framställas så att barn och unga får uppfattningen att spelande är ett bevis på vuxenhet.*

Statens medieråd anser att den föreslagna texten är bra men föreslår att den sista meningen kompletteras med en skrivning som framhåller att reklamen inte heller får ge intryck av att spel om pengar är en självklarhet eller något som en majoritet av vuxna ägnar sig åt.

### 2.3.1 Särskilt om marknadsföring på platser avsedda för barn och unga

Förslagets text: *Marknadsföring av spel på platser och forum som riktar sig till barn och unga, exempelvis forum på internet, konton och grupper i sociala medier, podcasts och TV-program är inte tillåtet.*

Statens medieråd anser att begreppet ”forum på internet” kan vara otidsenligt avseende barn och unga. Möjligen kan också uppräknningen av exempel riskera att vissa företeelser och sammanhang som riktar sig till barn och unga tappas bort – t.ex. digitala spel och appar. En lösning skulle kunna vara en mer övergripande formulering ”Marknadsföring av spel på platser – såväl fysiska som digitala – som riktar sig till barn och unga är inte tillåtet.”

### 2.3.2 Marknadsföring som skildrar barn och unga

Förslagets text: *Det bör vara tillåtet att skildra barn och unga i marknadsföring av lotterier, förutsatt att marknadsföringen är förenlig med kravet på måttfullhet. Det kan exempelvis vara tillåtet att skildra barn och unga vid marknadsföring av lotterier, exempelvis i bilder, om syftet är att beskriva det ideella ändamål som verksamheten bidrar till.*

Statens medieråd ser det som en möjlighet att inskräpa formuleringen om ideella ändamål att endast gälla under förutsättningen att det ideella ändamålet särskilt gynnar barn och unga.

I detta ärende har direktören Anna-Karin Lindblom beslutat. Föredragande har varit analytikern Jan Christofferson.

Anna-Karin Lindblom

Jan Christofferson