

Til Folketingets Erhvervsordførere

14. januar 2021

Forslag til forbedring af kviklånsloven

I lyset af, at der er indkaldt til nye forhandlinger om udbedring af uhensigtsmæssigheder i den såkaldte "kviklånslov", ønsker brancheforeningerne for de private medier, annoncører, reklame og mediebyråer at komme med en klar opfordring til, at problemstillingerne løses for alle områder, og at man ikke kun finder en undtagelse for DBU's spillertrøjer. Loven har fra start været genstand for megen og berettiget kritik og har fra begyndelsen af aldrig løst det problem, som man fra politisk side ønskede, men til gengældt skabt urimelige udfordringer for mange parter.

Som reglerne er nu, straffer man unødigt en lang række udbydere af lovlige produkter, samt alle medier, foreninger og organisationer, der yder store bidrag til samfundet som finansieres via annoncering og sponsorater og som i forvejen er hårdt økonomisk ramt af pandemiens effekter.

En løsning kunne f.eks. være, at der indsættes en præcisering i loven, om at reklamer fra virksomheder, der tilbyder finansielle ydelser, ikke skal anses som i strid med lovgivningen, hvis de ikke bevidst er placeret i sammenhæng med reklamer for spil. Det vil kræve, at lovteksten justeres til: "§ 11 b. Enhver placering af reklamer for forbrugslånsvirksomheder og kreditaftaler til forbrugere, **der har til formål at være i direkte tilknytning til reklamer for spil eller spiludbydere**, er forbudt."

Alternativt kunne man vælge at begrænse reguleringen til et forbud af reklamer for forbrugslån med en ÅOP over en bestemt procentsats, så annoncører kan reklamere for alle andre produkter i vished om, at man ikke overtræder reglerne. Det er den indbyggede usikkerhed i de nuværende regler, som er så ødelæggende for alle parter.

Danske Medier, Kreativitet & Kommunikation samt Danske Annoncører og Markedsførere håber, at den seneste problemstilling vil føre til at aftaleskredsen helt generelt inviterer til fornyede brede drøftelser om, hvordan man bedst imødekommer ønsket om at skærme forbrugerne fra den uønskede sammenblanding af kviklån og spilreklamer og bidrager gerne i dette arbejde.

Med venlig hilsen

Louise Brincker
Adm. Direktør
Danske Medier

Tine Aurvig-Huggenberger
CEO
Kreativitet & Kommunikation

Holger Wilcks
CEO
Danske Annoncører og Markedsførere