Fra: Benjamin Nørregaard <info@igamingmedia.dk>
Sendt: 20. november 2026 08:12
Til: Thea Halse <thea.halse@ft.dk>
Cc: Jette Marlene Hansen <Jette.Marlene.Hansen@ft.dk>; Berit Dea Hvolby <berit.hvolby@ft.dk>
Emne: L 37 – Supplerende bemærkninger om historiske kundehenvisninger

Ekstern afsender

Til Skatteudvalget

Jeg er opmærksom på, at fristen for henvendelser til L 37 er udløbet, men tillader mig alligevel at fremsende en supplerende bemærkning inden lovforslagets endelige behandling.

Jeg har i dag sendt nedenstående konkrete eksempel til ministeren, da jeg fortsat savner en forklaring på, hvordan forbuddet mod betaling for historiske kundehenvisninger bidrager til øget spillerbeskyttelse.

Jeg håber, at bemærkningerne om muligt kan videreformidles til udvalgets medlemmer til orientering.

Hvordan beskytter forbuddet allerede henviste spillere?

En influencer med mange følgere, som gennem daglige livestreams og opdateringer har en tæt relation til sit publikum, kan potentielt påvirke disse personer til at spille mere. Det er en reel problemstilling, som man kan overveje at regulere målrettet.

Men traditionel redaktionel affiliatevirksomhed fungerer ofte helt anderledes.

Forestil dig følgende almindelige scenarie:

En redaktionel affiliatevirksomhed ansætter en journalist, udvikler en hjemmeside, køber annoncer på Google og investerer løbende i søgemaskineoptimering og redaktionelt indhold.

I 2015 besøger Hans Hansen hjemmesiden, hvor han læser en sammenligning af fire spiludbydere med dansk licens. På baggrund af oplysningerne vælger Hans at oprette en spilkonto hos eksempelvis Unibet.

Hans spiller 50 kr. på en fodboldkamp og vinder. Derefter holder han en pause på tre måneder, inden han spiller igen. Denne gang taber han, så hans samlede spilleresultat går i nul.

Først ved et senere besøg hos Unibet har Hans et samlet nettotab på 200 kr., hvilket eksempelvis udløser en kommission på 20 kr. til affiliaten.

Hans besøger aldrig affiliatehjemmesiden igen. Han har for længst glemt, hvilken hjemmeside han oprindeligt læste om Unibet på. Affiliaten ved ikke, hvem Hans er, og har ingen mulighed for at identificere eller kontakte ham direkte.

Den eneste af de to virksomheder, der i dag har en direkte kunderelation til Hans og dermed mulighed for målrettet at påvirke hans spilleadfærd, er Unibet.

Affiliaten har imidlertid afholdt betydelige omkostninger til det indhold og den markedsføring, der i første omgang førte til kundehenvisningen. Omkostninger, som den løbende kommission over tid skulle finansiere.

Når denne betaling afskæres, mister virksomheden ikke blot en fremtidig indtjeningsmulighed, men den løbende omsætning fra en eksisterende kundeportefølje, som er opbygget gennem mere end 10 års investeringer og allerede gennemført markedsføring. Muligheden for fremover at modtage betaling pr. klik eller ny kundehenvisning kompenserer ikke for dette tab.

Mit spørgsmål er derfor: Hvordan beskytter det konkret Hans mod øget eller mere risikofyldt spil, at staten fra 1. juli 2027 forbyder Unibet at betale den aftalte kommission til den virksomhed, der henviste ham 12 år tidligere?

Hans kan fortsat spille hos Unibet. Unibet beholder kunderelationen, muligheden for at markedsføre sig direkte over for Hans inden for lovgivningens rammer og den fremtidige indtjening. Den umiddelbare økonomiske konsekvens er, at Unibet ikke længere skal betale den aftalte kommission til affiliaten.

Det er naturligvis også muligt, at Hans på et senere tidspunkt via en ny søgning på Google igen lander på affiliatens hjemmeside. Her kan han blive præsenteret for præcis den samme markedsføring som før 1. juli 2027.

For Hans gør det ingen synlig forskel, om affiliaten modtager betaling pr. klik, pr. kundehenvisning eller på baggrund af spillerens omsætning.

Afregningsmodellen ændres, men den markedsføring, Hans møder, kan være fuldstændig uændret.

Jeg har fuld forståelse for ønsket om at beskytte sårbare spillere og begrænse aggressiv spilmarkedsføring. Men jeg har svært ved at se, hvordan det beskrevne indgreb bidrager til dette formål.

Hvorfor er det nødvendigt at afskære betalingen for allerede udført arbejde, når der ikke er fremlagt konkret dokumentation for, at denne betaling fører til øget eller mere risikofyldt spil blandt historisk henviste spillere?

Jeg frygter samtidig, at lovforslaget i sin nuværende form kan føre til lukning af danske affiliatevirksomheder og tab af danske arbejdspladser.

De penge, som spiludbyderne fremover sparer ved ikke længere at skulle betale kommission for historiske kundehenvisninger, kan i stedet anvendes til **ny markedsføring og kundeanskaffelse**. Resultatet kan paradoksalt nok blive, at spiludbyderne tiltrækker flere nye kunder, og at det samlede antal aktive spillere dermed stiger.

Vi risikerer altså at gennemføre et indgreb, der svækker danske virksomheder og arbejdspladser, uden dokumenteret effekt på de allerede henviste spilleres adfærd – og som samtidig kan frigøre flere penge til at tiltrække nye spillere.

Venstres ændringsforslag tilbyder efter min opfattelse et langt mere rimeligt og proportionalt kompromis: Forbuddet gennemføres fuldt ud for fremtidige kundehenvisninger, mens betalingen for allerede udført arbejde under eksisterende aftaler respekteres.

Hvis der samtidig er en reel problemstilling med influencere, som gennem deres løbende kontakt med følgere kan påvirke spilleadfærden, bør den efter min opfattelse håndteres gennem en mere målrettet regulering af denne type markedsføring – frem for at afskære betalingen for kundehenvisninger, som redaktionelle affiliatevirksomheder gennemførte for mange år siden.

Jeg håber derfor, at Skatteudvalgets medlemmer vil genoverveje denne afgrænsede del af lovforslaget inden den endelige behandling.

Jeg vil samtidig opfordre udvalget til at forholde sig til det centrale spørgsmål: Hvordan beskytter forbuddet mod betaling for historiske kundehenvisninger konkret en spiller som Hans Hansen i ovenstående eksempel?

Med venlig hilsen

iGaming Media ApS