

HENSTILLINGER

KOMMISSIONENS HENSTILLING

af 14. juli 2014

om principper for at beskytte forbrugere og spillere i forbindelse med onlinespiltjenester og for at forhindre mindreåriges spil online

(EØS-relevant tekst)

(2014/478/EU)

EUROPA-KOMMISSIONEN HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 292, og

ud fra følgende betragtninger:

- (1) I 2011 afholdt Kommissionen en offentlig høring om sin *Grønbog om onlinespil i det indre marked* ⁽¹⁾. Her blev medlemsstaternes fælles målsætninger i forhold til tilsynet med onlinespiltjenester bestemt, og den hjalp med at identificere hovedområderne, hvor Unionen skal gøre en indsats.
- (2) I sin meddelelse *Mod et samlet europæisk regelsæt for onlinespil*, vedtaget den 23. oktober 2012 ⁽²⁾, foreslog Kommissionen en række tiltag, som forsøger at svare på de reguleringsmæssige, samfundsmæssige og tekniske udfordringer, der findes for onlinespil. Kommissionen meddelte særligt, at den ville fremlægge henstillinger om beskyttelse af forbrugere på området for onlinespiltjenester, herunder beskyttelse af mindreårige, og om ansvarlig kommerciel kommunikation for onlinespiltjenester. Denne henstilling er udformet for at kombinere begge disse emner og for at forbedre beskyttelsen af forbrugere og spillere og forhindre mindreårige i at spille online. Målet med henstillingen er at sikre, at spil forbliver en kilde til underholdning, at forbrugere tilbydes et sikkert spillemiljø, og at der er foranstaltninger på plads for at imødegå risikoen for økonomisk eller social skade såvel som at præsentere de tiltag, der er nødvendige for at forhindre mindreårige i at spille online.
- (3) I sin beslutning af 10. september 2013 om onlinespil i det indre marked opfordrede Europa-Parlamentet ⁽³⁾ Kommissionen til at undersøge muligheden for interoperabilitet mellem nationale selvudelukkelsesregistre, at øge bevidstheden om risikoen for afhængighed af spil og at overveje tvungne tredjepartsidentifikationstjek. Det opfordrede også til at forpligte udbyderne til på deres spillesite at give oplysninger om tilsynsmyndigheder og advarsler til mindreårige og at gøre frivillig begrænsning mulig. Derudover opfordrede Europa-Parlamentet til fælles principper for ansvarlig kommerciel kommunikation. Det anbefalede, at kommerciel kommunikation skal indeholde tydelige advarsler om konsekvenserne ved ludomani og de risici, der er forbundet med spilafhængighed. Kommerciel kommunikation bør hverken være overdreven eller vises på indhold, der specifikt er rettet mod mindreårige, eller hvor der er en større risiko for at ramme mindreårige.
- (4) Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg har også opfordret Kommissionen til at gribe ind for at forbedre forbrugerbeskyttelsen i forbindelse med onlinespil og til at beskytte mindreårige ⁽⁴⁾.
- (5) I fraværet af harmonisering på EU-plan har medlemsstaterne i princippet frie hænder til selv at sætte målsætninger for deres politikker for hasardspil og til at definere det ønskede beskyttelsesniveau for at kunne beskytte forbrugernes sundhed. Den Europæiske Unions Domstol har under hensyntagen til spilleaktiviteternes særlige karakter gennem en række afgørelser opstillet generelle retningslinjer for fortolkningen af det indre markeds

⁽¹⁾ KOM(2011) 128 endelig.

⁽²⁾ COM(2012) 596 final.

⁽³⁾ P7_TA(2013)0348.

⁽⁴⁾ 2012/2322(INI).

grundlæggende frihedsrettigheder på (online)spilområdet. Medlemsstaterne kan ganske vist begrænse udbuddet af onlinespiltiltjenester på tværs af grænser på baggrund af et ønske om at beskytte målsætninger af almen interesse, men de skal i så fald bevise, at den valgte foranstaltning er egnet og nødvendig. Medlemsstaterne har pligt til at dokumentere, at målsætningerne af almen interesse søges nået på en konsekvent og systematisk måde ⁽¹⁾.

- (6) Den Europæiske Unions Domstol har også fastsat grundlæggende regler for kommerciel kommunikation om spiltiltjenester, særligt for de tjenester, der udbydes under monopol. Markedsføring fra indehavere af statsmonopol skal afpasses og begrænses til det strengt nødvendige for at føre forbrugerne mod kontrollerede spilletilnetværk. En sådan markedsføring må ikke virke fremmende for forbrugernes naturlige tendens til at spille ved at anspore til aktiv deltagelse i spil, f.eks. ved at fremstille spil som en almindelig del af hverdagen eller ved at øge tiltrækningen ved spil ved at bruge tillokkende reklamebudskaber, som fremhæver muligheden for store gevinster. Der bør bl.a. skelnes mellem de af monopolindehaverens strategier, der har til hensigt udelukkende at informere potentielle kunder om eksistensen af produkterne, og som sikrer regulær adgang til hasardspil ved at føre spillerne til kontrollerede netværk, og dem, som opfordrer og tilskynder til aktiv deltagelse i den slags spil ⁽²⁾.
- (7) Beskyttelse af forbrugere og af folkesundheden er medlemsstaternes primære målsætninger af almen interesse i forbindelse med deres nationale rammer for spil, og de omhandler forebyggelse af ludomani og beskyttelse af mindreårige.
- (8) De regler og politikker, som medlemsstaterne har indført for at nå målsætninger af offentlig interesse, varierer betydeligt. Handling på EU-niveau vil tilskynde medlemsstaterne til at sikre et højt niveau for beskyttelse i hele Unionen, særligt set i lyset af de risici, som spil fører med sig, herunder udvikling af ludomani eller andre negative personlige eller samfundsmæssige konsekvenser.
- (9) Målet med denne henstilling er at sikre forbrugeres og spilleres sundhed og derved også minimere eventuel økonomisk skade, der kan opstå som et resultat af overdrevent spil eller ludomani. Med henblik herpå anbefales der i henstillingen principper for et højt niveau af beskyttelse af forbrugere, spillere og mindreårige, hvad angår onlinespiltiltjenester. I udarbejdelsen af henstillingen har Kommissionen trukket på god praksis i medlemsstaterne.
- (10) Onlinespiltiltjenester er bredt udbudt og benyttet. Onlinespil er en servicevirksomhed med årlige indtægter i Unionen på 10,54 mia. EUR i 2012. Teknologisk udvikling, den øgede internetadgang og de bekvemme mobilapps driver tilgængeligheden af og væksten i onlinespil. Der kan dog træffes beslutninger på et forkert grundlag, hvor informationen ikke er tilstrækkeligt klar eller gennemsigtig. Derudover ser onlinespillere sig om efter konkurrerende spillemuligheder, når de føler, at der er mangel på gode tilbud.
- (11) Der findes en lang række medier, der bidrager til udsættelse for kommerciel kommunikation relateret til spil, f.eks. trykte medier, adresserede reklameforsendelser, audiovisuelle medier og udendørsreklamer, såvel som sponserater. Dette kan resultere i, at sårbare grupper, som f.eks. mindreårige, tiltrækkes af spil. Samtidig kan kommerciel kommunikation for spiltiltjenester spille en væsentlig rolle i at føre forbrugerne til et tilbud, som er tilladt og overvåges, f.eks. ved at vise udbyderens identitet og ved at indeholde korrekt information om spil, herunder risici ved ludomani, såvel som passende advarsler.
- (12) Nogle af dem, der deltager i spilleaktiviteter, oplever problemer som et resultat af deres adfærd i en udstrækning, hvor det har konsekvenser for personen eller familien, og andre bliver alvorligt skadet på grund af ludomani. Det anslås, at mellem 0,1 % og 0,8 % af den almindelige voksne befolkning lider af ludomani, og yderligere 0,1-2,2 % udviser potentielt problematiske tendenser i deres spil ⁽³⁾. Derfor er det nødvendigt med en forebyggende tilgang for at kunne tilbyde og markedsføre onlinespiltiltjenester på en måde, der er socialt ansvarlig, særligt for at sikre at spil forbliver en adspredelse i fremtiden.
- (13) Mindreårige bliver tit udsat for spil, da de bruger internettet og mobilapps og medier, der viser reklamer for spil, såvel som udendørsreklamer for spil. De ser eller deltager også i sportsbegivenheder, der er sponsoreret af spilinteresser, eller som bringer reklamer fokuseret på spilleaktiviteter. Derfor er intentionen med denne henstilling også at forebygge skade på eller udnyttelse af mindreårige i forbindelse med spil.

⁽¹⁾ Forenede sager C-186/11 og C-209/11, Stanleybet International, og C-316/07, Stoss & Others, og den deri anførte retspraksis.

⁽²⁾ Sag C-347/09, Dickinger og Ömer, og den deri anførte retspraksis.

⁽³⁾ ALICE-RAP policy paper series: »Gambling: two sides of the same coin — recreational activity and public health problem«. ALICE RAP er et forskningsprojekt, som er støttet under det syvende rammeprogram for forskning og udvikling (www.alicerap.eu).

- (14) Derudover er der en stigning i antallet af onlinespiludbydere, der har tilladelse til at udbyde spil i mere end en af de medlemsstater, som har valgt et tilladelsesbaseret system i forhold til regulering af spil. De kunne få gavn af en fælles tilgang. Derudover kan mangedoblingen af krav, der skal overholdes, skabe unødvendig overlapning af infrastruktur og omkostninger, hvilket resulterer i en unødvendig administrativ byrde for myndighederne.
- (15) Det vil være hensigtsmæssigt at opfordre medlemsstaterne til at fastsætte regler, som sikrer, at forbrugerne oplyses om onlinespil. Sådanne regler bør forebygge udviklingen af spillerrelaterede sygdomme og forhindre mindreårige i at få adgang til spillefaciliteter og råde forbrugerne fra at benytte sig af tilbud, der ikke er tilladt, og som derfor er potentielt skadelige.
- (16) Hvor det er hensigtsmæssigt, bør principperne i denne henstilling ikke kun henvendes til udbydere, men også til tredjeparter, herunder såkaldte associerede selskaber, som har tilladelse til at gøre reklame for onlinespiltjenesten på udbyderens vegne.
- (17) Forbrugere og spillere bør informeres bedre om onlinespiltjenester, der, i overensstemmelse med EU-lovgivning, ikke er tilladt i henhold til lovgivningen i den medlemsstat, hvor onlinespiltjenesten modtages, og også at tage skridt imod sådanne tjenester. Inden for disse rammer bør medlemsstater, som ikke har givet tilladelse til en specifik onlinespiltjeneste, ikke tillade kommerciel kommunikation for en sådan tjeneste.
- (18) Registreringsprocessen for at åbne en spilkonto har til formål at verificere identiteten på personen og gøre det muligt at følge spillerens adfærd. Det er af afgørende betydning, at registreringen udformes på en sådan måde, så den også forhindrer, at forbrugerne afbryder registreringsprocessen og vender sig mod uregulerede spillesites.
- (19) Selv om registreringsprocessen er blevet indført på forskellige måder i de forskellige medlemsstater, til tider med offline eller manuelle trin i verifikationsprocessen, bør medlemsstaterne sikre sig, at identitetsoplysningerne kan kontrolleres effektivt for at lette gennemførelsen af registreringsprocessen.
- (20) Det er vigtigt, at spilkonti først gøres permanente, når de af spillerne opgivne identitetsoplysninger er blevet valideret. Før kontoen bliver til en permanent konto, er det ønskværdigt, at spillerne får lov til at bruge midlertidige konti. I lyset af deres natur, bør midlertidige konti have en fast nominel værdi, og spillere bør ikke kunne få udbetalt indbetaling eller gevinster.
- (21) For at kunne beskytte spillerne og deres midler, såvel som at sikre gennemsigtighed, bør der være procedurer på plads for at kunne verificere spilkonti, der ikke har været aktive i en given periode, og for at lukke eller suspendere en spilkonto. Hvis det derudover opdages, at en person er mindreårig, bør spilkontoen annulleres.
- (22) Med hensyn til informationsvarsler bør der, hvor det er hensigtsmæssigt, være mulighed for at have en tidstæller synlig for spilleren, mens der spilles.
- (23) Med hensyn til spillerstøtte kan spillerne, ud over fastsættelsen af indbetalingsgrænser, tilbydes yderligere beskyttelsesforanstaltninger, som f.eks. muligheden for at sætte grænser for indsats eller tab.
- (24) For at kunne forhindre udviklingen af ludomani bør en udbyder også, i tilfælde af bekymrende ændringer i spilleadfærden, kunne give spilleren en spilpause eller udelukke spilleren. Udbyderen bør i sådanne tilfælde fortælle spilleren om baggrunden for beslutningen og lede spilleren på vej til hjælp eller behandling.
- (25) Udbydere er væsentlige sponsorer af sportshold og -begivenheder i Europa. For at forbedre ansvarligheden for sponsorater fra onlinespiludbydere, bør der være klare krav om, at sponsoratet skal være gennemsigtigt og udført på en forsvarlig måde. Der bør særligt stilles mere tydelige krav for at forhindre sponsorater fra udbydere af onlinespiltjenester i at ramme eller påvirke mindreårige negativt.
- (26) Det er også nødvendigt at skabe opmærksomhed om de risici, der er forbundet med de fremherskende spillesider, som f.eks. bedrageri, som er uden for enhver form for kontrol på EU-plan.

- (27) Effektiv overvågning er nødvendig for en hensigtsmæssig beskyttelse af målsætningerne af almen interesse. Medlemsstaterne bør udpege kompetente myndigheder, fastsætte klare retningslinjer for udbydere og tilbyde lettilgængelig information for forbrugere, spillere og sårbare grupper, herunder mindreårige.
- (28) En adfærdskodeks kan spille en væsentlig rolle i den effektive anvendelse af principperne for kommerciel kommunikation i denne henstilling.
- (29) Denne henstilling berører ikke Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF ⁽¹⁾ eller Rådets direktiv 93/13/EØF ⁽²⁾.
- (30) Anvendelsen af principperne i denne henstilling indebærer behandling af personoplysninger. Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 95/46/EF ⁽³⁾ og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/58/EF ⁽⁴⁾ finder derfor anvendelse —

VEDTAGET DENNE HENSTILLING:

I. FORMÅL

1. Medlemsstaterne anbefales at opnå et højt beskyttelsesniveau for forbrugere, spillere og mindreårige gennem vedtagelsen af principper for onlinespiltjenester og for ansvarlig kommerciel kommunikation for disse tjenester for at sikre folkesundheden og også for at minimere enhver økonomisk skade, der kan komme af overdrevent spil eller ludomani.
2. Denne henstilling griber ikke ind i medlemsstaternes ret til at regulere spiltjenester.

II. DEFINITIONER

3. I denne henstilling forstås ved:

- a) »onlinespiltjeneste«: en tjeneste, som indebærer, at der gøres en indsats med penge i hasardspil, herunder spil med et element af færdigheder, f.eks. lotteri, kasinospil, pokerspil og væddemål, som udbydes, uanset afstand, ved hjælp af elektroniske midler eller anden kommunikationsfremmende teknologi og efter individuel anmodning fra en tjenestemodtager
- b) »forbruger«: enhver fysisk person, som ikke handler som led i sit erhverv
- c) »spiller«: enhver fysisk person, som har en spilkonto hos udbyderen og deltager i den udbudte onlinespiltjeneste
- d) »spilkonto«: en konto åbnet af spilleren, hvor alle transaktioner med udbyderen registreres
- e) »mindreårig«: enhver person under den mindstealder, der, i overensstemmelse med gældende national lovgivning, er fastsat for deltagelse i en onlinespiltjeneste på grund af alder
- f) »udbyder«: enhver fysisk eller juridisk person, som har tilladelse til at tilbyde onlinespiltjenester, og enhver som handler på vegne af denne person eller i vedkommendes navn

⁽¹⁾ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiver 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (direktivet om urimelig handelspraksis) (EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22).

⁽²⁾ Rådets direktiv 93/13/EØF af 5. april 1993 om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler (EFT L 95 af 21.4.1993, s. 29).

⁽³⁾ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 95/46/EF af 24. oktober 1995 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger (EFT L 281 af 23.11.1995, s. 31).

⁽⁴⁾ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/58/EF af 12. juli 2002 om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred i den elektroniske kommunikationssektor (EFT L 201 af 31.7.2002, s. 37).

- g) »kommerciel kommunikation«: enhver form for kommunikation udformet til direkte eller indirekte at markedsføre en udbyders varer, tjenester eller image
- h) »sponsorat«: et kontraktforhold mellem en udbyder og en sponsoreret part, under hvilket udbyderen finansierer eller på anden måde støtter sportslige eller kunstneriske begivenheder, organisationer, hold eller individer for at skabe en forbindelse mellem udbyderens image, brands eller produkter og en sponsoreret genstand til gengæld for kommerciel kommunikation eller andre fordele.

III. OPLYSNINGSKRAV

4. Følgende oplysninger bør fremstå tydeligt på startsiden af udbyderens spillesite og skal kunne tilgås fra alle sider på sitet:
 - a) detaljer om virksomheden eller andet, der sikrer, at udbyderen er identificerbar og kan kontaktes, herunder:
 - i) virksomhedens navn
 - ii) registreringssted
 - iii) e-mailadresse
 - b) en angivelse af mindstealderen under hvilken spil ikke er tilladt
 - c) en besked om »ansvarligt spil«, som med højst et klik giver:
 - i) information om, at spil kan være skadeligt, hvis det ikke styres
 - ii) information om de spillerstøtteforanstaltninger, der findes på sitet
 - iii) selvtests til spillerne, så de kan tjekke deres spilleadfærd
 - d) et link til mindst en organisation, som informerer om og hjælper i tilfælde af ludomani.
5. Vilkår og betingelser for det kontraktlige forhold mellem udbyderen og forbrugeren bør oplyses på en præcis og læsbar måde. De bør:
 - a) som minimum indeholde information om tidsrammer og grænser for udbetalinger fra spilkontoen, alle gebyrer for transaktioner for spilkontoen og et link til de relevante udbetalingsprocenter for hvert spil
 - b) accepteres og bekræftes af forbrugeren i løbet af den registreringsproces, der henvises til i afsnit V
 - c) stilles til rådighed elektronisk på en måde, der lader forbrugeren gemme og hente dem og enhver ændring, der meddeles forbrugeren.
6. Medlemsstaterne bør sikre, at der er information tilgængelig for forbrugeren vedrørende regler om spil og væddemål udbudt på udbyderens spillesite.
7. Medlemsstaterne bør sikre, at udbyderens spillesite viser detaljer om spillemyndigheden for at vise, at udbyderen er autoriseret.

IV. MINDREÅRIGE

8. Ingen mindreårig må kunne spille på et spillesite eller have en spilkonto.
9. Medlemsstaterne bør sikre, at udbyderen har procedurer på plads beregnet til at holde mindreårige fra spil, herunder alderstjek i løbet af registreringsprocessen, som er omtalt i afsnit V.
10. For at forhindre mindreårige i at få adgang til spillesites bør medlemsstaterne opfordre til, at der vises links til forældrekontrolprogrammer på spillesitene.

11. Medlemsstaterne bør sikre, at kommerciel kommunikation for onlinespiltjenester ikke skader mindreårige eller får dem til at se spil som en naturlig del af deres fritidsaktiviteter.
12. Kommerciel kommunikation bør indeholde en klar besked om, at det er forbudt for mindreårige at spille, samt angive aldersgrænsen under hvilken spil ikke er tilladt.
13. Medlemsstaterne bør tilskynde til, at kommerciel kommunikation ikke sendes, vises eller fremmes:
 - a) i medier eller omkring programmer, hvor det kan forventes, at mindreårige udgør målgruppen
 - b) på netsteder med en profil for mindreårige
 - c) i umiddelbar nærhed af steder, hvor mindreårige normalt bruger tid eller forventes at være målgruppe, herunder som minimum skoler.
14. Kommerciel kommunikation bør ikke:
 - a) udnytte mindreåriges manglende erfaring eller viden
 - b) bruge billeder af mindreårige eller unge i kampagner, der særligt tiltaler unge
 - c) appellere til mindreårige eller til unge ved at afspejle eller associere spil med aktiviteter i ungdomskulturen
 - d) antyde, at det at spille markerer overgangen fra ung til voksen.

V. SPILLERREGISTRERING OG SPILKONTO

15. Medlemsstaterne bør sikre, at en person først kan deltage i en onlinespiltjeneste, når vedkommende er registreret som spiller og har en konto hos udbyderen.
16. Følgende oplysninger bør være påkrævede i registreringsprocessen for at kunne åbne en spilkonto:
 - a) navn
 - b) adresse
 - c) fødselsdato
 - d) e-mailadresse eller mobilnummer.
17. Den e-mailadresse eller det mobilnummer, der oplyses, bør bekræftes af spilleren eller udbyderen. Disse oplysninger burde tillade direkte og effektiv kontakt og kommunikation mellem udbyder og spiller.
18. Spillerens identitetsoplysninger bør verificeres. Hvor direkte elektronisk verifikation ikke er mulig eller ikke er på plads, opfordres medlemsstaterne til at fremme adgangen til nationale registre, databaser eller andre officielle dokumenter, som udbydere kan bruge til at verificere identitetsoplysningerne.
19. Medlemsstaterne bør sikre, at når en persons alder eller identitet ikke kan verificeres, annulleres registreringsprocessen for at åbne en spilkonto, herunder den midlertidige konto.
20. Medlemsstaterne opfordres til at indføre elektroniske identifikationssystemer i registreringsprocessen.
21. Medlemsstaterne bør sikre, at:
 - a) registreringsprocessen gør det muligt at verificere identiteten inden for et rimeligt tidsrum, og at det ikke er unødvendigt besværligt for hverken forbrugere eller udbydere
 - b) registreringssystemet giver mulighed for alternative måder at verificere identiteten på, særligt når forbrugeren ikke har et nationalt identitetsnummer fra den medlemsstat, hvor dette er påkrævet, eller i tilfælde af midlertidigt utilgængelige databaser.

22. Medlemsstaterne bør sikre, at spillerne har:

- a) adgang til en midlertidig konto hos den udbyder, som kontoen findes hos, indtil identitetsverifikationen er gennemført
- b) et unikt brugernavn og password og andre adgangskontroltiltag hos den udbyder, som kontoen findes hos.

23. Medlemsstaterne bør have fastsat regler:

- a) for at sikre, at spillernes midler er beskyttede og kun kan udbetales til spilleren, og at de holdes adskilt fra udbyderens egne midler
- b) for at undgå aftalt spil og pengeoverførsler mellem spillere, herunder regler for annullering af overførsler eller inddrivelse af midler fra spilkonti, hvor der opdages aftalt spil eller bedrageri.

VI. SPILLERAKTIVITET OG STØTTE

24. Medlemsstaterne bør sikre, at en spiller i registreringsprocessen på udbyderens spillesite som standard kan sætte grænser for indbetaling af beløb, såvel som tidsmæssige grænser for indbetalingerne.

25. Medlemsstaterne bør sikre, at en spiller på udbyderens spillesite altid let kan få adgang til følgende:

- a) saldoen på spillerens konto
- b) spillerstøttefunktionen vedrørende ansvarligt spil via formularer online eller personlig kontakt, herunder som minimum live chat og telefon
- c) supportforbindelser til informations- og hjælpeorganisationer, jf. punkt 4, litra d).

26. Medlemsstaterne bør sikre, at en spiller som standard på en udbyders hjemmeside kan få informationsvarsler med jævne mellemrum om gevinster og tab i løbet af et spil eller væddemål, og om hvor længe spilleren har spillet. Spilleren bør skulle bekræfte informationsvarslet og vælge imellem at afbryde eller at fortsætte med sit spil.

27. Medlemsstaterne bør sikre, at en spiller på udbyderens spillesite ikke kan:

- a) indbetale mere end grænserne for indbetaling i det givne tidsrum
- b) deltage i spil, medmindre spillerens konto har tilstrækkelige midler til at dække spillet eller væddemålet.

28. Medlemsstaterne bør ikke lade udbyderne tilbyde spillerne kredit.

29. Medlemsstaterne bør sikre, at en spiller på udbyderens spillesite kan:

- a) sænke grænsen for indbetaling, med umiddelbar virkning
- b) øge grænsen for indbetaling. Forespørgslen bør først træde i kraft mindst 24 timer efter spillerens forespørgsel
- c) tage en spilpause eller lade sig selvudelukke.

30. Medlemsstaterne bør sikre, at udbyderen har politikker og procedurer på plads, som muliggør kontakt til spillerne, når deres spilleadfærd tyder på en risiko for udvikling af ludomani.

31. Medlemsstaterne bør sikre, at udbyderen som minimum fører en fortegnelse over indbetalinger og gevinster for spilleren for et fastsat tidsrum. Disse bør gøres tilgængelige for spilleren ved forespørgsel.

VII. SPILPAUSE OG SELVUDELUKKELSE

32. Medlemsstaterne bør sikre, at spilleren når som helst på udbyderens spillesite kan aktivere en spilpause eller selvudelukkelse fra en specifik onlinespiltjeneste eller fra alle onlinespiltjenester.

33. Medlemsstaterne bør fastsætte, at
 - a) en spilpause bruges til at suspendere adgangen til spil i mindst 24 timer
 - b) selvudelukkelse hos en udbyder ikke er mulig for mindre end seks måneder.
34. Medlemsstaterne bør sikre, at spillerens konto lukkes i tilfælde af selvudelukkelse.
35. Medlemsstaterne bør sikre, at genregistrering af en spiller først bliver mulig, når spilleren selv har bedt om det, enten på skrift eller elektronisk, og i hvert fald først efter at selvudelukkelsesperioden er overstået.
36. Medlemsstaterne bør have regler for anmodninger fra interesserede tredjeparter til en udbyder om spillerudelukkelse fra et spillesite.
37. Medlemsstaterne opfordres til at oprette et nationalt register for selvudelukkede spillere.
38. Hvor de oprettes, bør medlemsstaterne gøre det muligt for udbyderne at få adgang til de nationale registre over selvudelukkede spillere og sikre, at udbyderne jævnligt benytter disse registre, så selvudelukkede spillere kan forhindres i at blive ved med at spille.

VIII. KOMMERCIEL KOMMUNIKATION

39. Medlemsstaterne bør sikre, at udbyderen, som står bag den kommercielle kommunikation, fremgår tydeligt.
40. Hvor det er hensigtsmæssigt, bør medlemsstaterne sikre, at kommerciel kommunikation for onlinespiltjenester bringer budskaber, der som minimum omfatter sundhedsrisiciene ved ludomani, på en praktisk og gennemsigtig måde.
41. Kommerciel kommunikation bør ikke:
 - a) omfatte grundløse udsagn om chancerne for at vinde eller om de gevinster, som spillerne kan forvente fra at spille
 - b) antyde, at evner kan påvirke resultatet af et spil, når dette ikke er tilfældet
 - c) udøve pres for at spille eller nedgøre afholdelse gennem den kommercielle kommunikations timing, placering eller natur
 - d) fremstille spil som socialt attraktivt eller indeholde anbefalinger fra kendte personer, der antyder, at spil bidrager til social succes
 - e) antyde, at spil kan være en løsning på sociale, professionelle eller personlige problemer
 - f) antyde, at spil kan være et alternativ til arbejde, en løsning på økonomiske bekymringer eller en form for økonomisk investering.
42. Medlemsstaterne bør sikre, at spil for sjov, der bruges i kommerciel kommunikation, er underlagt de samme regler og tekniske betingelser som de tilsvarende spil om penge.
43. Kommerciel kommunikation bør ikke være målrettet sårbare spillere, særligt ved brug af uopfordret kommerciel kommunikation adresseret til spillere, der har udelukket sig selv fra spil, eller som er blevet udelukket fra at benytte sig af onlinespiltjenester på grund af ludomani.
44. Medlemsstater, der tillader uopfordret kommerciel kommunikation via e-mail, bør sikre:
 - a) at en sådan kommerciel kommunikation er klart og utvetydigt identificerbar
 - b) at udbyderen respekterer fravalgsregistre, hvor fysiske personer, som ikke ønsker at modtage en sådan kommerciel kommunikation, kan registrere sig.
45. Medlemsstaterne bør sikre, at kommerciel kommunikation tager højde for den potentielle risiko ved den markedsførte onlinespiltjeneste.

IX. SPONSORATER

46. Medlemsstaterne bør sikre, at sponsorater fra udbydere er gennemsigtige, og at udbyderen er tydeligt identificerbar som sponsor.
47. Sponsorater bør ikke kunne påvirke mindreårige negativt. Medlemsstaterne opfordres til at sikre, at:
- a) sponsorater ikke tillades for begivenheder, der er forbeholdt eller primært målrettet mindreårige
 - b) reklamemateriale fra sponsoren ikke bliver brugt til markedsføring lavet til eller primært rettet mod mindreårige.
48. Medlemsstaterne bør opfordre modtagere af sponsorater til at kontrollere, om sponsoratet er tilladt i overensstemmelse med den nationale lovgivning i den medlemsstat, hvor sponsoratet ville træde i kraft.

X. UDDANNELSE OG OPLYSNING

49. Medlemsstaterne, hvor det er hensigtsmæssigt også i samarbejde med forbrugerorganisationer og udbydere, opfordres til at organisere eller fremme jævnlige uddannelseskampagner og almene oplysningskampagner for at oplyse forbrugere og sårbare grupper, herunder mindreårige, om onlinespil.
50. Medlemsstaterne bør sikre, at udbydere og spilmyndigheden er forpligtigede til at informere deres respektive medarbejdere, som arbejder med spillerrelaterede aktiviteter, om risiciene forbundet med onlinespil. Medarbejdere, som har direkte kontakt med spillerne, bør modtage efteruddannelse for at sikre, at de forstår problemer med ludomani, og hvordan disse skal håndteres.

XI. TILSYN

51. Medlemsstaterne opfordres til at udpege kompetente spilmyndigheder, når de indfører principperne i denne henstilling, for uafhængigt at sikre og overvåge den faktiske overholdelse af de nationale foranstaltninger, der træffes for at støtte henstillingens principper.

XII. RAPPORTERING

52. Medlemsstaterne opfordres til at underrette Kommissionen om alle foranstaltninger, der er truffet i henhold til denne henstilling, inden den 19. januar 2016, så Kommissionen kan evaluere gennemførelsen af henstillingen.
53. Medlemsstaterne opfordres til at indsamle pålidelige årlige data til statistiske formål om:
- a) de relevante beskyttelsesforanstaltninger, særligt antallet af spilkonti (åbne og lukkede), antallet af selvudelukkede spillere, dem, der lider af ludomani, og klager fra spillere
 - b) kommerciel kommunikation efter kategori og type af overtrædelse af principperne.
- Medlemsstaterne opfordres til at meddele Kommissionen disse oplysninger første gang den 19. juli 2016.
54. Kommissionen bør evaluere gennemførelsen af henstillingen inden den 19. januar 2017.

Udfærdiget i Bruxelles, den 14. juli 2014.

På Kommissionens vegne
Michel BARNIER
Næstformand