

Remissvar, Fi2021/00300, Ökat skydd och stärkt reglering på den omreglerade spelmarknaden

Betsson Nordic Ltd tackar för möjligheten att agera remissinstans. Betsson har alltid förespråkat löpande dialog mellan spelmarknadens olika parter och anser att lagstiftare, tillsynsmyndighet och operatörer tillsammans måste verka för att skydda svenska spelare. Detta måste ske genom krav på licensierade operatörer och hög kanalisation. Betsson har bedrivit spelverksamhet sedan 1963 och förstår därför vikten av att agera både långsiktigt och ansvarsfullt och Betsson försvarar ett starkt konsumentskydd för svenska spelare. Vi anser dock, vilket vi påpekat i flera remisser, att regeringen inte hörsammar remissinstanserna, eller den egna tillsynsmyndighetens oro kring konsekvenserna av för många och för snabba förändringar på spelmarknaden. Ogenomtänkta och hastiga regleringar skadar marknaden, reducerar kanaliseringen och drabbar de konsumenter man hävdar att man vill skydda.

Förbud mot främjande

Betsson avstyrker förslaget om främjandeförbud. Det torde inte vara lagtekniskt möjligt att förbjuda främjande av verksamhet som i sig inte är olaglig.

Licenskrav för spelprogramvara

Betsson avstyrker förslaget om att införa ett licenssystem för spelleverantörer som ställer krav på att leverantörer endast får leverera produkter till operatörer med svensk licens. Betsson har svårt att se hur svenska staten ska kunna begränsa näringsfriheten för enskilda utländska företag och därmed försätta företagen i en försämrad konkurrenssituation, såvida det inte handlar om försäljning till någon som bedriver olagligt spel. Vidare anser Betsson att man inte bör införa licenskrav vid själva tillverkningen av spelprogramvara, då det lägger för stor börda på tillverkaren redan i ett tidigt stadie av processen och kan skapa gränsdragningsproblem.

Riskklassificering av spel

Betsson avstyrker förslaget om att uppdra till Spelinspektionen att utarbeta en modell för riskklassificering. I propositionen anges att syftet skulle vara att öka transparens för spelmarknadens aktörer och konsumenter kring olika spelformers risknivå. Betsson menar att de föreslagna åtgärderna inte är ändamålsenliga. Alla former av spel innebär en risk, och alla former av spel kan missbrukas eller brukas på ett överdrivet sätt. Betsson ser en allvarlig risk att en riskklassificering som nu föreslås flyttar fokus från de verkliga problemen – överdrivet och riskfyllt spelande på alla spelformer – till ett trubbigt förslag som inte kommer göra verklig skillnad för de konsumenter man ämnar skydda. Det finns redan i den nuvarande lagstiftningen ett krav på att vidta spelansvarsåtgärder för spelare mot överdrivet spelande, vilket innefattar ett riskbaserat förhållningssätt till alla spelare och därför innebär att alla licensierade operatörer redan idag arbetar med riskklassificering. Betsson anser att man bör utvärdera effekterna av befintliga krav innan man inför ytterligare klassificeringar.

Ytterligare begränsningar av marknadsföring

Betsson avstyrker förslaget om att begränsa marknadsföring på dagtid. Betsson anser att utredningen inte lyckas visa att reklam har den påstådda effekt på folkhälsan och problemspelande som görs gällande. Det finns så vitt Betsson känner till ingen forskning som visar på att den globalt och över tid stabila andelen människor med spelproblematik påverkas av mängden spelreklam.

Reklammarknaden är redan idag hårt reglerad vad gäller innehåll. Det saknas anledning att ytterligare begränsa marknaden om inte detta kan motiveras. Det argument som framförs är att reklamen är mycket omfattande sett till antalet spelande men detta utgör inte ett folkhälsoargument. Betsson tolkar det snarare som att förbudet införs på grund av den populistiska åsikten om att människor är trötta på spelreklam. Vidare har reklammarknaden

ändrats kraftigt sedan 2019, och spelbolagens medieinvesteringar har sjunkit markant (1,9 miljarder mellan 2019 och 2020, och en 40% nedgång från Q2-2019 till Q1-2021). Denna aspekt saknas helt i konsekvensanalysen.

Slutligen har branschen själva infört regleringar genom riktlinjer för reklam, och Konsumentverket har också utvecklat praxis på området för vad som är godtagbar reklam. Förslaget är således föråldrat redan innan det passerat första remissrundan.

Spiken i kistan för kanaliseringen

Redan idag har licensierade bolag betydande konkurrens från olicensierade spelbolag som riktar sig mot svenska kunder. Många av spelarna menar att glädjen i spelet hos de svensklicensierade bolagen har falnat på grund av de begränsningar som det svenska licenssystemet inneburit. En av de få verktyg som licensierade spelbolag har kvar är just reklam. De begränsningar som nu föreslås saknar evidens och konsekvensanalys och riskerar att bli spiken i kistan för kanaliseringen. Begränsningarna skulle också komma att snedvrída konkurrensen och gynna statens eget spelbolag, som tillåts bedriva spelprodukter där kommersiella aktörer inte tillåts konkurrera och som använder samma logotyp för flera spelvertikaler.

Gränsdragningsproblem med varumärken

Förslaget öppnar upp för stora gränsdragningsproblem gällande hur varumärken får exponeras. Kommer en kommersiell aktör att få exponera sitt varumärke om de har casino i sin produktportfölj, även om de endast gör reklam för sin sportbok? Det är inte tillräckligt att lämna detta till praxis, eftersom bristen på dialog mellan statens tillsynsmyndighet och de kommersiella aktörerna enbart lett till frustration när förtydliganden skett genom miljonböter. Utredningen konstaterar dessutom att mycket av reklamlyssnandet idag inte sker i linjära kanaler utan strömmat via olika plattformar på internet, vilket öppnar upp för ytterligare problem med gränsdragningar och en lagstiftning som inte är anpassad för vare sig dagens eller morgondagens medieklimat.

Vem försöker man egentligen skydda?

Som redan framgått menar Betsson att förslagen gällande ytterligare begränsningar saknar evidens. Forskning och Spelinspektionen verkar vara överens om att det innebär en ökad risk för problemspelande om man spelar om nätterna, men förslaget bortser helt från denna risk och föreslår istället att reklam ska få sändas på natten men inte på dagen. Betsson kan bara utgå från att förslaget handlar om att skydda vanliga TV-tittare från vad man uppfattar som "dålig reklam", snarare än att skydda personer med spelproblem. Man måste ifrågasätta lagligheten i ett sådant förslag ur ett EU-perspektiv. Fortsätter regeringen att införa nya och ogenomtänkta förändringar med kort varsel kommer det snart inte finnas några svenska spelare kvar att skydda i det svenska licenssystemet – och konsekvenserna av de olika förslagen kommer därmed vara omöjliga att utvärdera i efterhand.

Betsson har svårt att se någon systematik eller övergripande strategi kring hur lagstiftningsarbetet i spelfrågor bedrivs. Den inriktning som nu praktiseras leder till katastrof ur ett folkhälsoperspektiv, då det är uppenbart att de spelare som är i störst behov av skydd effektivt flyttas ut utanför den svenska reglerade marknaden. Betsson anser att lagstiftningen istället bör syfta till att göra den svenska reglerade spelmarknaden konkurrenskraftig så att svenska konsumenter väljer att spela inom regleringen.

Jesper Svensson, VD för BML Group Ltd som äger Betsson Nordic Ltd.