



CHALMERS

Omreglering av den svenska spelmarknaden – Vad står på spel?

En kvalitativ studie med fokus på hur den svenska omregleringen 2019 påverkat de spelbolag som erbjuder onlinespel

Kandidatarbete inom Industriell ekonomi

ANTON HANSSON
ELIF KARACAN
RAGNAR COLEBRING

MÅNS LUNDQVIST
HARIS CEHIC
LUKAS STRÖM

**INSTITUTIONEN FÖR TENIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
AVDELNINGEN FÖR SCIENCE, TECHNOLOGY AND SOCIETY**

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, Sverige 2021
www.chalmers.se
Kandidatarbete TEKX04-21-26

Omreglering av den svenska spelmarknaden – Vad står på spel?

En kvalitativ studie med fokus på hur den svenska omregleringen 2019 påverkat de spelbolag som erbjuder onlinespel

Re-regulation of the Swedish gambling market – What's at stake?

A qualitative study focusing on how the Swedish re-regulation 2019 has affected the gambling companies that offer online gambling

ANTON HANSSON
ELIF KARACAN
RAGNAR COLEBRING

MÅNS LUNDQVIST
HARIS CEHIC
LUKAS STRÖM

Omreglering av den svenska spelmarknaden – Vad står på spel?
En kvalitativ studie med fokus på hur den svenska omregleringen 2019 påverkat de spelbolag som erbjuder onlinespel

ANTON HANSSON	MÅNS LUNDQVIST
ELIF KARACAN	HARIS CEHIC
RAGNAR COLEBRING	LUKAS STRÖM

© ANTON HANSSON, 2021	© MÅNS LUNDQVIST, 2021
© ELIF KARACAN, 2021	© HARIS CEHIC, 2021
© RAGNAR COLEBRING, 2021	© LUKAS STRÖM, 2021

Handledare: Kai Lo Andersson
Examinator: Erik Bohlin

Kandidatarbete TEKX04-21-26
Teknikens ekonomi och organisation
Chalmers tekniska högskola
412 96 Göteborg
Sverige
Telefon + 46 (0)31-772 1000

Göteborg, Sverige 2021
Gothenburg, Sweden 2021

Re-regulation of the Swedish gambling market – What's at stake?

A qualitative study focusing on how the Swedish re-regulation 2019 has affected the gambling companies that offer online gambling

ANTON HANSSON	MÅNS LUNDQVIST
ELIF KARACAN	HARIS CEHIC
RAGNAR COLEBRING	LUKAS STRÖM

Department of Technology Management and Economics
Chalmers University of Technology

Förord

Detta kandidatarbete genomfördes under våren 2021 vid institutionen för teknikens ekonomi och organisation på Chalmers Tekniska Högskola. Samtliga författare är studenter på Industriell ekonomi.

Författarna tycker att kandidatarbetet har varit lärorikt och roligt. Det har givit författarna möjlighet att utforska en omtalad bransch och få tillfälle att prata med spelbolag som innehar svensk licens för att få ta del av deras syn på den förändrade spelmarknaden.

Vi vill börja med att rikta ett stort tack till vår handledare, Kai Lo Andersson, för hans stöd och löpande handledning under arbetets gång. Kais språkliga kommentarer och återkoppling på texten har bidragit till diskussion och mynnat ut i mer korrekt och högkvalitativ text.

Vi vill även tacka kursens examinator Erik Bohlin som ställt upp på extra digitala möten för att bolla idéer och diskutera denna studies innehåll.

Slutligen vill vi rikta ett stort tack till alla som tagit sig tiden att ställa upp på digitala intervjuer. Utan deras hjälp hade denna studie inte varit möjlig. Deras perspektiv och expertis har bidragit till att öka vår kunskap inom området och givit oss viktiga insikter om spelbranschen. Tack till våra respondenter på ATG, Betsson, Bolag 1, BOS, Kindred, Konsumentverket, Spelinspektionen, Svenska Spel, PAF och Pixel.bet.

Haris Cehic

Elif Karacan

Ragnar Colebring

Måns Lundqvist

Anton Hansson

Lukas Ström

Chalmers Tekniska Högskola

Göteborg, Sverige

14 maj 2021

Abstract

Problem

The gambling market has for many years been a growing and highly discussed market. Due to the risk of, among other things, gambling addiction, illegal betting and money laundering, this is a market that many find contrary to both ethical and moral aspects. These are some of the reasons why the gambling market is one of the most tightly regulated markets by the state. One of the major regulations in this market was implemented on the 1st of January 2019, which ensured that the gambling companies must be granted a Swedish license from the Swedish Gambling Authority. The study takes an approach to how this regulation has affected the gambling operators that offer online gambling on the Swedish gambling market.

Purpose

Evaluate how the re-regulation on the 1st of January 2019 has affected the Swedish gambling operators that offer online gambling.

Theoretical framework

The theoretical framework is designed to get an extensive overview of the gambling market and the design of regulations. The collected empirical data is analyzed largely on the basis of *Porter's Five Forces* and *Private Interest Theories*. It also aims to provide a basic understanding of the gambling market and how it has been affected by the regulation and highlight relevant areas for discussion linked to the study's empirical data.

Method

The authors are using a qualitative method with an abductive research approach. The data collection is carried out through ten semi-structured interviews with a total of eleven people with experience in the digital gambling industry both before and after the regulation was introduced. The interview results have then been compiled and analysed according to well-founded theory, resulting in a basis for the study's conclusions. The knowledge gaps that have existed have been filled in through literature studies.

Result

The results of the study shows that the licensed gambling market's total revenue has not changed significantly since the re-regulation, but that the proportion of online gambling has

increased. After the re-regulation, digital gambling companies have had adequate growth and strengthened their position on the market. The costs have generally increased as the companies have invested in compliance and technology to comply with the requirements of the legislator. Taxwise, this has resulted in a decrease in profitability for most companies that obtained a license, but not for all. The product range has generally been limited as the re-regulation restricts certain forms of gambling, which strengthens the position of the unlicensed gambling companies. The regulation has resulted in both restrictions and opportunities for licensed gambling companies, regarding marketing and customer relations. We conclude that the exclusion of illegal operators overall benefits public health, customer relation, channelisation, and all licensed companies. There are many indications that the introduction of a B2B license on the market could potentially increase channelisation. As for the temporary pandemic restrictions, these have had a negative impact on the products and the gambling experience, mainly because of deposit limits and time limits.

Keywords

Re-regulation, the swedish gambling market, online gambling, licensing system, license, gambling companies

Note: The report is written in Swedish

Sammanfattning

Problem

Spelmarknaden har under många år varit en växande och omtalad marknad. På grund av risken för bland annat spelberoende, matchfixning och penningtvätt är detta en marknad som många tycker strider mot både etiska och moraliska aspekter. Dessa är några av anledningarna till att spelmarknaden är en av de marknader som regleras hårdast av staten. En av de större regleringarna inom denna marknad sattes i verket den första januari 2019, vilken såg till att spelbolagen måste tilldelas en svensk spellicens från Spelinspektionen. Studien tar ansats kring hur denna reglering har påverkat de spelbolag som erbjuder onlinespel på den svenska spelmarknaden.

Syfte

Redogöra hur omregleringen den första januari 2019 har påverkat de svenska spelbolag som erbjuder onlinespel.

Teoretiskt ramverk

Det teoretiska ramverket utformas efter en övergripande bild över spelmarknaden och utformningen av regleringar. Den insamlade empirin analyseras till största del utifrån *Porters femkraftsmodell* och *Private Interest Theories*. Det syftar även till att ge en grundläggande förståelse över hur spelmarknaden påverkats av omregleringen och lyfter relevanta områden för diskussion kopplat till studiens empiri.

Metod

Studiens metod är av kvalitativ karaktär och med en abduktiv forskningsansats. Datainsamlingen genomförs genom tio stycken semistrukturerade intervjuer med totalt elva personer med erfarenhet inom den digitala spelbranschen både innan och efter regleringen infördes. Intervjuszvaren har därefter sammanställts samt analyserats enligt grundad teori som resulterat i en bas för studiens slutsatser. De kunskapshål som funnits har fyllts genom inläsning av litteratur.

Resultat

Studiens resultat visar på att den licensierade spelmarknadens totala omsättning inte förändrats märkbart sedan omregleringen, men att andelen onlinespel har ökat. Efter regleringen har

digitala spelbolag haft en god tillväxt och stärkt sin position på marknaden. Kostnaderna har generellt ökat då bolagen investerat i compliance och teknik för att efterleva de krav som lagstiftaren ställer på bolagen. Skattemässigt så har det inneburit en minskad lönsamhet för de flesta bolagen som erhållit licens, men inte för alla. Produktutbudet har generellt sett begränsats då spellagen hindrar vissa spelformer, vilket förstärker de olicensierade spelbolagens position. Regleringen har inneburit dels begränsningar och dels möjligheter för licensierade spelbolag gällande både marknadsföring och kundrelationer. Vi drar slutsatsen att uteslutningen av illegala aktörer gynnar folkhälsan, kundrelationer, kanaliseringen och samtliga licensierade bolag. Mycket tyder på att införandet av B2B-licens på marknaden potentiellt kan öka kanaliseringen. Vad gäller de tillfälliga pandemi-restriktionerna har de kommit att påverka produkterna och spelupplevelsen negativt i form av en tidsbegränsning och en insättningsgräns.

Nyckelord

Omreglering, svenska spelmarknaden, onlinespel, licenssystem, licens, spelbolag

Notera: Rapporten är skriven på svenska

Ordlista/definitioner

Bonus: En bonus är något typ av incitament som spelbolag kan använda antingen för anskaffning av nya kunder eller för att behålla och öka relationen med existerande kunder. En bonus kan utformas på olika sätt, till exempel i form av pengar, fria spel eller gratisspinn.

BOS: Branschföreningen för Onlinespel som företräder drygt tjugo onlinespelbolag vilka bedriver spelverksamhet i Sverige.

Compliance: Regelefterlevnad. Att följa de krav och regleringar som finns.

Digitalt spelbolag: Ett spelbolag som erbjuder onlinespel.

Game Show: En typ av spelform som ofta sänds live och som blandar traditionella spelformer som exempelvis roulette med inslag från shower och lekprogram.

Institutionell tröghet: Motstånd som uppstår när organisationer ska genomgå förändringar. Detta försvårar och saktar ned organisationers förmåga att förändra sitt arbetssätt.

Kanalisering: I rapporten används den branschspecifika definitionen av kanalisering. Kanalisering är hur stor del av det totala spelandet på den svenska spelmarknaden som sker hos spelföretag med svensk licens.

Kunglig Majestät (Kungl. Maj:t): Namnet på det statsorgan som tidigare tog beslut i kungens namn (Nationalencyklopedin, u.å.).

Licensgivare: Myndigheter som bestämmer vilka spelbolag som får ha licens. Spelinspektionen har störst makt denna fråga.

Licenshavare: Ett spelbolag som innehar svensk licens och därmed verkar på licensierad marknad.

Lotteri: Ett spel om pengar där vem eller vilka som vinner avgörs av slumpen.

Matchfixning: Manipulation av resultat av en match, tävling eller turnering där deltagare försöker ge sig själva eller andra ekonomiska vinning genom att påverka utgången i en tävling eller enstaka händelser i tävlingen.

Odds: Beskriver proportionen mellan vinst och insats vid spel på en viss händelse. Det bestäms av spelbolagen baserat på sannolikhet.

Olicensierad aktör: Ett spelbolag som inte innehar svensk licens och därmed verkar på olicensierad marknad.

Omregleringen: Syftar till regleringen och spellagen som infördes 1 januari 2019.

Onlinespel: Spel om pengar som sker på en digital plattform via internet.

Slots: Ett synonym för spelautomat på nätet. Slots online brukar ha en mer avancerad design med fler bonusar och särskilda funktioner i förhållande till deras fysiska motsvarigheter.

SOU: Statens Offentliga Utredningar. Innan ett lagförslag presenteras av regeringen tillsätts ofta en särskild kommité eller utredare vars uppgift är att utreda en viss fråga. Den rapport som innehåller resultatet av en sådan utredning kallas för betänkande och publiceras som Statens Offentliga Utredningar (SOU).

Spelleverantör: I rapporten syftar spelleverantör på ett företag som utformar och designar olika spel som köps in av spelbolagen.

Spelmarknaden: Marknaden för spel om pengar, både fysiska spel och onlinespel.

Tidsbegränsning: Spelare måste sätta en tidsgräns på hur mycket tid de kan spendera inloggade på spelsidor, när tidsgränsen är uppnådd loggas spelaren automatiskt ut.

Tresekundersregeln: En obligatorisk regel som alla licensierade spelbolag måste följa som innebär att det måste gå minst tre sekunder mellan varje snurr på slots.

Återbetalning: Ett mått på prissättningen på spelprodukter. Anger hur stor andel av varje satsad krona som går tillbaka till spelaren i genomsnitt. Hög återbetalning innebär att spelare förlorar mindre pengar per satsad krona, vilket innebär ett förmånligt pris.

Notera: I rapporten används spelbolag, spelaktör och speloperatör synonymt.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.1.1 Tidigare regleringar	1
1.1.2 Behov för en ny omreglering	3
1.1.3 Omregleringen 2019	5
1.2 Syfte	8
1.3 Problemanalys och frågeställningar	9
1.4 Avgränsningar	11
2. Metod och genomförande	12
2.1 Metodansats	12
2.2 Metodval	13
2.2.1 Litteratur	13
2.2.2 Intervjuer	13
2.2.2.1 Urval av respondenter	13
2.2.2.2 Utformning och genomförande	15
2.2.2.3 Sammanställning	15
2.3 Metoddiskussion	16
3. Hållbar utveckling och etik	18
4. Teoretiskt ramverk	20
4.1 Public Interest Theory	20
4.2 Private Interest Theories	20
4.2.1 Public Choice	21
4.2.2 Capture Theory	21
4.3 Effekter av en reglering	21
4.4 Porters femkraftsmodell	23
4.4.1 Konkurrens från nya aktörer	24
4.4.2 Leverantörers förhandlingsstyrka	25
4.4.3 Kundernas förhandlingsstyrka	25
4.4.4 Hot från substitut	25
4.4.5 Konkurrens mellan befintliga aktörer	25
4.4.7 Kritik mot Porter	26
5. Empiri & Analys	27
5.1 Marknaden som helhet	27
5.1.1 Tillväxt sedan omregleringen	27
5.1.2 Kanaliseringen	29
5.1.3 Bristande kommunikation från myndigheter	32

5.2 Kostnader	33
5.2.1 Skatter	33
5.2.2 Compliance	36
5.3 Produkter	37
5.4 Marknadsföring	40
5.4.1 Lagen och måttfull marknadsföring	40
5.4.2 Tillsyn av marknadsföring	41
5.4.3 Bolagens marknadsföring	42
5.4.4 Mediekanaler	44
5.5 Relation till kunder och leverantörer	45
5.5.1 Omregleringens påverkan på kundrelationer	46
5.5.2 Leverantörsrelationer - Införande av eventuell B2B-licens	47
6. Hållbarhetsreflektion	50
7. Slutsats	52
8. Förslag på vidare forskning	56
Referenslista	57
Bilaga 1	61
Intervjuunderlag till spelbolag	62
Bilaga 2	63
Intervjuunderlag till Spelinspektionen	63
Bilaga 3	64
Intervjuunderlag till Konsumentverket	64

1. Inledning

Detta arbete inleds med en bakgrund som ger en kort historik av den svenska spelmarknaden samt introducerar den nya spellagen. Efter detta presenteras arbetets syfte och problem, där de specifika frågeställningarna motiveras genom en problemanalys. Slutligen framförs och motiveras de avgränsningar som gjorts i arbetet, för att tydliggöra vilka ramar rapporten utgår ifrån.

1.1 Bakgrund

I flera årtusenden har människor spelat om ägodelar och pengar. Tidigt upptäcktes också de negativa konsekvenser som spel kan medföra, vilket gjort att organiserad spelverksamhet alltid varit föremål för statliga regleringar och förbud (Vacek, 2011). Makthavarnas förhållningssätt till spel har varierat mellan århundraden, samtidigt har spelandet i sig fortsatt öka ända sen dess uppkomst. Under de senaste 25 åren har omsättningen på spel i Sverige mer än fördubblats (Folkhälsomyndigheten, 2020a). Med ökad tillväxt så blir den negativa påverkan som spel medför också mer påtaglig, såsom spelproblem, matchfixning och penningtvätt. Spelaktörer har därför sedan länge behövt anpassa sig till de ständigt förändrade regelverken, där spelmarknadens omreglering 2019 är de nutida ramarna som spelbolag på svensk marknad måste förhålla sig till.

För att läsaren ska få en grundläggande bakgrund över spelmarknaden och omregleringen kommer först historiska regleringar genom tiden avhandlas. Därefter förklaras marknadssituationen innan omregleringen och varför det resulterade i en ny spellag. Till sist redogörs det för innehållet i den nya spellagen.

1.1.1 Tidigare regleringar

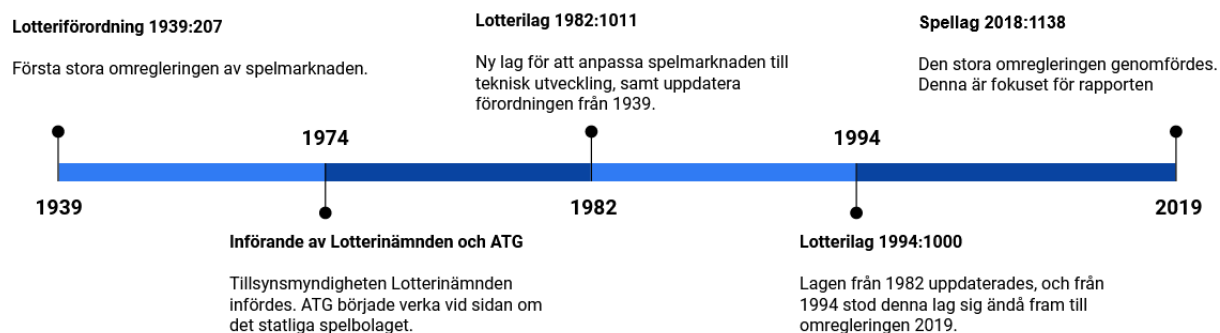
Den svenska spellagstiftningen har historiskt inte varit särskilt komplex. Det har mer eller mindre varit förbjudet att anordna spel i syfte av ett vinstintresse och staten har i princip haft ett monopol. Med olika lotteriförordningar och lotterilagar har staten reglerat spel om pengar det senaste århundradet, och många ändringar och justeringar gjorts i de regelverk som styr spelmarknaden (Nättidningen Svensk Historia, u.å.).

År 1884 trädde den första svenska lagstiftningen för lotterier i kraft, vilken innebar ett allmänt förbud mot lotterier. Under de kommande årtiondena ändrades regelverken för lotterier flera gånger utan ett långsiktigt mål. Först 1939 infördes en lotteriförordning som kom att sätta starkt avtryck på spelmarknadens framtid. Syftet var bland annat att motverka en utbredd marknad av illegal vadhållning. Enligt lag var det då inte heller tillåtet att lotteri om pengar fick bedrivas utan Kungl. Maj:ts tillstånd. Lotteriförordningen (SFS 1939:207) reglerade även i vilka specifika fall som det fick bedrivas, exempelvis fick lotteri om pengar bedrivas vid offentliga nöjestillställningar eller till förmån för välgörande, kulturellt eller allmännyttigt ändamål. I samband med denna förordning beslöt också riksdagen om att ett statligt lotteribolag skulle inrättas, vilket vi idag känner till som Svenska Spel (SOU 1979:29).

Fram till 1970-talet hade marknaden för spel vuxit sig större nästan varje år. Detta gav upphov till införandet av Lotterinämden: ett kontrollerande organ som skulle bevaka konsumenternas intressen och minimera olika sociala risker. Denna myndighet skapades 1974 och har idag bytt namn till Spelinspektionen. Samma år skapades också ATG som vid sidan av det statliga spelbolaget fick vara en licensierad spel-aktör med fokus på travspel (Spelmonopolet, 2019).

År 1982 infördes Lotterilagen (SFS 1982:1011) för att, till följd av den tekniska utvecklingen, reglera uppkomsten av spelautomater samt andra typer av verksamheter som uppkommit sedan 1939 års förordning. Vidare infördes det en ny lotterilagen år 1994, då målet var att omarbete lagen och göra den tydligare, mer lättolkad samt öka dess omfattning (SOU 2000:50).

Fram till omregleringen 2019 gjordes inga större förändringar av lotterilagen som trädde i kraft 1994. Tillsammans med mindre lagar, som fokuserat på specifika delar av marknaden, var det den lagen som reglerade spelmarknaden fram till den stora omregleringen 2019 (Spelmonopolet, 2019). I figur 1 visas en tidslinje för de viktigaste regleringarna som införts på den svenska spelmarknaden.



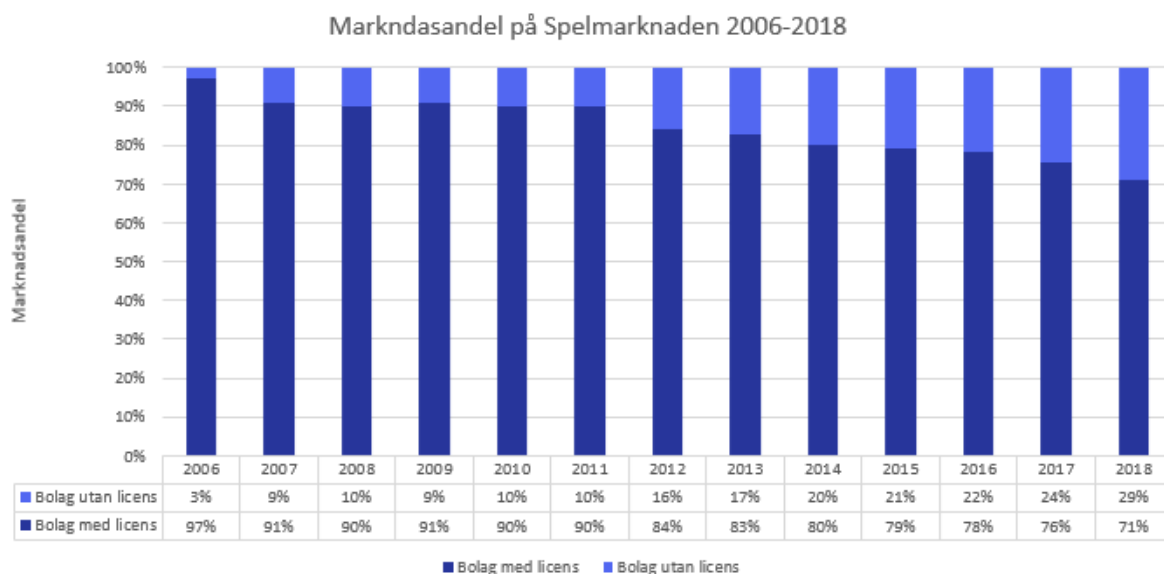
Figur 1. Tidslinje över händelser på den svenska spelmarknaden fram till 2019.

1.1.2 Behov för en ny omreglering

Det fanns flera orsaker till att spelmarknaden behövde en radikal omformning innan den tillslut infördes 2019. Lotterilagen från 1994 kunde inte längre tillmötesgå de utmaningar som den svenska spelmarknaden stod inför, den var i grunden anpassad för en “fysisk” spelmarknad där lotterier anordnades på plats. När onlinespel växte fram uppstod därför nya problem (Lotteriinspektionen, 2016, s.8).

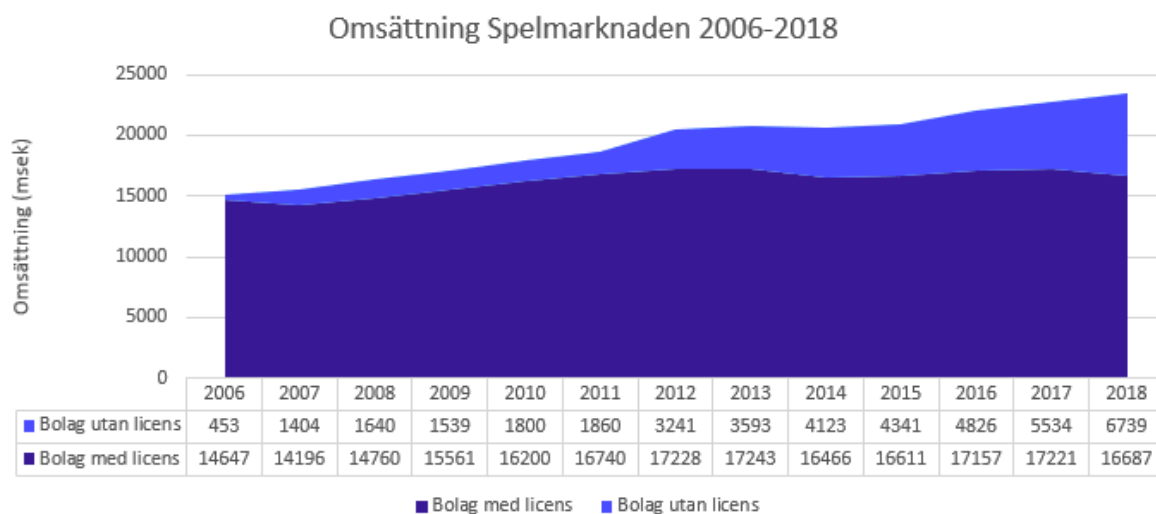
Den tekniska utvecklingen möjliggjorde förmedling av spel utan hinder av nationsgränser. Utländska spelbolag kunde då, utan tillstånd från svenska staten, rikta sig fritt mot svenska kunder genom deras onlinetjänster. De fick stora konkurrensfördelar gentemot de svenska aktörerna med tillstånd då de inte var reglerade på samma sätt, och fick därmed större handlingsfrihet vad gäller utbud och priser (Sundén, 2019). De kunde till och med marknadsföra sig i svenska mediekanaler trots att det var förbjudet. Detta eftersom förbudet endast gällde medier som hade sändnings- och utgivningstillstånd i Sverige, och flertalet svenska mediehus hade sina sändningstillstånd i andra länder. År 2013 stod olicensierade bolag för över 60% av spelreklam-investeringarna i svenska medier (Lotteriinspektionen, 2014).

De utländska spelbolagens gynnsamma position gjorde att de kunde öka sin marknadsandel på den svenska marknaden från 3% 2006 till ungefär 30% 2018 (se figur 2). Den sjunkande kanaliseringsgraden utarmade statens förmåga att bibehålla ett starkt konsumentskydd och motverka spelproblem för svenska spelare, eftersom de endast kunde kontrollera de svenska spelbolagen Svenska Spel och ATG. Även möjligheterna att motverka illegal vadhållning och penningtvätt minskade till följd av statens begränsade kontroll (SOU 2017:30).



Figur 2. Marknadsandelar på svenska spelmarknaden 2006–2018 (Lotteriinspektionen, 2018; Spelinspektionen 2019a).

Spelmarknaden har sedan lång tid tillbaka varit en stor intäktskälla för staten genom skatter och utdelningar från spelbolagen med svenskt tillstånd, dvs ATG och Svenska Spel. Den sjunkande kanaliseringsgraden ledde till ännu ett problem, uteblivna statliga intäkter, då utländska bolag utan licens inte behövde betala skatt (eller utdelningar) till svenska staten. Trots att den totala omsättningen på svensk spelmarknad ökade med mer än 50% mellan 2006 och 2018, så var omsättningen i princip oförändrad för de svenska bolagen som kunde bidra med intäkter till staten (se figur 3). Därför var säkringen av statliga intäkter en bidragande faktor till behovet för en omreglerad spelmarknad. (SOU 2017:30).



Figur 3. Omsättning på svenska spelmarknaden 2006–2018 (Lotteriinspektionen, 2018; Spelinspektionen 2019a).

Ett stort incitament för en omreglering var alltså att återfå den kontroll över svenskt spelande som staten tidigare haft, där nästan alla aktörer behövde följa svenska regelverk. Ännu en stor drivkraft för omregleringen var att stärka den kontroll som staten redan hade över de bolag som verkade med tillstånd. Den ökade tillgången på spel till följd av den tekniska utvecklingen ansågs utgöra ett hot i flera sociala frågor, såsom spelproblem, matchfixning och penningtvätt. För att motverka detta behövdes därför ett nytt regelverk med striktare ramar än tidigare. (SOU 2017:30).

1.1.3 Omregleringen 2019

Med bakgrund i de behov som fanns för att omforma den svenska spelmarknaden tillsatte regeringen 2015 en utredning angående framtiden för den svenska spelmarknaden, vilken lämnades över i mars 2017. I juni 2018 antogs den nya spellagen som började gälla 1 januari 2019. Lagen innebär att det införs ett licenssystem, där både svenska och utländska spelbolag som får en licens tillåts verka på den svenska marknaden. Licens kan fås genom ansökan på Spelinspektionens hemsida och beviljas av myndigheten. Detta gäller även Svenska Spel, och därmed konkurrerar de på samma villkor som övriga spelbolag inom det nya licenssystemet. Därmed bröts det statliga monopolet i samband med denna omreglering. Samtlig information i detta delkapitel är hämtat från Spellag (SFS 2018:1138).

För att se till att utländska aktörer inte skulle gynnas av att fortsätta verka på svensk marknad utan licens, så var det viktigt att det fanns tydliga incitament för dessa bolag att ansluta till licenssystemet. I den nya spellagen ingår flera sådana element:

- *Kriminalisering av främjande av olicensierat spelande:* Som tidigare nämnts kunde de utländska aktörerna ta sig runt nationell marknadsföringslag och på så sätt rikta spelreklam mot svenska kunder. Efter omregleringen är all främjande av spel utan licens kriminaliserat, och olicensierade bolag kan inte ta sig runt den marknadsföringslagen.
- *Skatteplikt för konsumenter på olicensierat spel:* Svenska kunders spelvinster på olicensierade bolag förblir skattepliktigt med den nya spellagen. Tidigare var konsumenter fria från skatteplikt oavsett bolag, men efter 2019 får alltså licensierade spelbolag denna konkurrensfördel.

- *Möjlighet till blockering av transaktioner och varningsmeddelanden:* En möjlighet att införa betalningsblockeringar till olicensierade bolag har även inrättats. Spelinspektionen kan även förelägga webbläsare att visa varningsmeddelanden på spelhemsidor som är olicensierade.

För att ett spelbolag ska kunna få licens måste givetvis vissa krav uppfyllas. Om det nya regelverket inte efterföljs kan bolagen omedelbart bli av med licensen. Nedan nämns några av de viktigaste skyldigheterna som spelbolag med licens måste efterleva:

- *Omsorgsplikten:*

I omsorgsplikten ingår att spelbolagen ska säkerställa att hänsyn tas till sociala och hälsomässiga faktorer i spelverksamheten i syfte att skydda spelare från överdrivet spelande samt att hjälpa dem, när anledning finns, att minska sitt spelande. Licenshavare är skyldiga att följa upp kunders spelmönster och spelbeteende, och ingripa vid behov. Hur varje spelbolag ska fullgöra omsorgsplikten ska redovisas i en handlingsplan. Plikten utgår från tre relevanta åtgärder för att motverka överdrivet spelande:

- *Spelpaus.se:* Spelare erbjuds möjligheten att skyddas genom ett gemensamt spelregister för självavstängning, så att spelare skall kunna stänga av sig från ett eller flera spelbolag på samma gång. Spelbolagen har en skyldighet att informera om detta i sin marknadsföring, och länken till Spelpaus.se måste visas tydligt på deras hemsida.
- *Spelgränser:* Spelare har skyldigheten att ange maxgräns för insatser i form av tid och pengar.
- *Självtest:* Licenshavare har skyldigheten att erbjuda självtest för att deras kunder skall kunna utvärdera och bedöma sina spelbeteenden.
- *Åldersgräns:*

Även om Svenska Spel haft 18-årsgräns sedan 2010 så kunde inte detta garanteras vid spel hos utländska aktörer. Licenshavare måste nu försäkra sig om att kunden är minst 18 år, och de har även skyldighet att informera om åldersgränsen i deras marknadsföring och på deras hemsidor.

- *Måttfull marknadsföring:*

Måttfullhet måste iakttas i all form av marknadsföring. Direkt marknadsföring får inte ske till kunder som stängt av sig via Spelpaus.se. Som tidigare nämnt finns också en informationsskyldighet kring självavstängning och åldersgräns.

- *Bonusrestriktion:*

Licenshavare får endast erbjuda bonus vid det första tillfället då en kund spelar hos ett spelbolag för att motverka ohälsosamt spelande.

- *Punktskatt:*

En punktskatt på 18% av nettoomsättningen har införts för licenshavare. Nettoomsättningen definieras som det överblivna överskottet efter att vinster utbetalats till spelarna.

Utöver det nämnda ovan innehåller spellagen även bestämmelser kring tekniska krav, personlig integritet, utbildning av personal, utformning av spel, kundregistrering och mycket annat. En omreglering med så pass stor omfattning väntas få avsevärda konsekvenser för aktörer och intressenter i branschen. Inte minst innebär det stora förändringsåtgärder för de spelbolag som omfattas av omregleringen.

Ytterligare konsekvenser för spelbolagen uppstod när regeringen beslutade om att införa tillfälliga åtgärder för spelmarknaden till följd av covid-19. Detta i syfte att möta möjliga risker som kan uppstå till följd av pandemin vad gäller konsumenters spelvanor (Folkhälsomyndigheten, 2020b). Restriktionerna i denna förordning innefattar:

- Införandet av en insättningsgräns på 5000 kronor per vecka för onlinekasinon och värdeautomater.
- Införandet av en begränsning av speltid på onlinekasinon och värdeautomater.
- En maxsumma på 100 kronor för bonusar på onlinekasinon och värdeautomater.

1.2 Syfte

Syftet med rapporten är att redogöra för hur omregleringen av den svenska spelmarknaden, enligt Spellag (SFS 2018:1138), påverkat de spelbolag med svensk licens som erbjuder onlinespel.

1.3 Problemanalys och frågeställningar

Omregleringen har förändrat spelmarknaden och alla spelbolag med licens har rätt att lagligt bedriva sina verksamheter förutsatt att de följer de nya riktlinjerna. I och med omregleringen utökades den tidigare Lotteriinspektionen och blev Spelinspektionen. En förändring som enligt dåvarande civilminister Ardalan Shekarabi skulle ge myndigheten mer auktoritet och vassare verktyg för att stänga ute olicensierade aktörer (Finansdepartementet, 2018). Spelinspektionen ska enligt 2 § i Förordningen (SFS 2018:1476) med instruktion för Spelinspektionen: “verka för en sund och säker utveckling inom tillsynsområdet och vid behov vidta eller föreslå åtgärder”. Tillsynsansvaret för marknadsföring av spel ligger på Konsumentverket.

Effekten av omregleringen mäts bland annat i hur stor andel av spelandet på den svenska marknaden som sker hos företag med licens, vilket benämns kanalisering. Kanaliseringen anses vara en central del för att lyckas upprätta den offentliga kontroll som är nödvändig och styra konsumenter till säkra spelaktörer (Statskontoret, 2020, s. 39). En hög kanaliseringsgrad medför även att mer intäkter går till den svenska staten. Statskontoret menar på att det i förlängningen skapar bättre förutsättningar för att motverka illegal spelverksamhet. Flera statliga utredningar har genomförts och de låg till grund för omregleringen som antogs av regeringen den 5 april 2018. Beslutet att omreglera den svenska spelmarknaden har onekligen haft en inverkan på alla berörda parter. Från spelare och spelbolag till spelleverantörer och tillsynsmyndigheter. För att uppnå studiens syfte är det därför relevant att ta reda på hur marknaden i stort har påverkats av omregleringen. Därför definieras den första frågeställningen:

- *Hur har omregleringen påverkat den svenska spelmarknaden i sin helhet?*

Omregleringens införande har, i linje med dess syfte, minskat spelbolagens grad av autonomitet. Dessutom har flera begränsningar införts med avsikt att skydda konsumenter och minska de negativa effekterna kopplade till spelande (Finansdepartementet, 2021). De nya skyldigheterna och begränsningarna har förändrat spelreglerna för de licensierade spelbolagen, men författarna av detta arbete upplever att det i dagsläget finns tämligen lite dokumentation kring vilken inverkan det haft på spelföretagens lönsamhet. För att få en bättre förståelse för omregleringens konsekvenser anser författarna att det är av intresse att undersöka hur kostnader och produktutbud hos de spelbolag som erbjuder onlinespel påverkats. Därför är studiens andra och tredje frågeställning:

- *Hur har spelbolagens kostnader påverkats av omregleringen?*
- *Hur har spelbolagens produkter påverkats av omregleringen?*

Innan omregleringen fanns det enligt Statskontoret (2019) en stor procentsats av spelföretag utan tillstånd som riktade spel till svenska kunder vilket i sin tur limiterade statens insyn över hur verksamheterna bedrevs. I samma rapport framgår det att målsättningen med den nya spellagen var att ge staten en större inblick i spelbolagens aktiviteter. Folkhälsomyndigheten (2021) förklarar att det är svårt att fastställa huruvida spelreklam har en direktpåverkan på spelproblem hos den svenska befolkningen generellt. Däremot menar Folkhälsomyndigheten på att spelreklam kan leda till att spel normaliseras, vilket i förlängningen på sikt kan bidra till att spelandet ökar och likaså spelproblemen. Spelreklam ska, precis som all annan marknadsföring, inte påverka konsumenters förmåga att fatta välgrundade beslut enligt Marknadsföringslagen (SFS 2008:486). I samband med omregleringen tillkom även ett krav på spelbolagen att deras marknadsföring måste vara måttfull, vilket påverkar de marknadsföringsaktiviteter som bolag utför i hög grad.

I 2018 års upplaga av Spelinspektionens årliga undersökning, *“Allmänheten om spel”*, framgår det att 55% av de tillfrågade inte ansåg att spelmarknaden är sund. Ett år senare, efter att omregleringen trätt i kraft, hade andelen ökat till 65% (Spelinspektionen, 2018; Spelinspektionen 2019c). Spelbolagens marknadsföring är ett sätt att både locka spelare men även att bygga relationer med sina kunder. Spelare kan ha konton på flera spelsajter simultant vilket kan komplicera spelbolagens strävan efter marknadsandelar. Spelbolagen behöver även förhålla sig till spelleverantörer. Eventuella B2B-licenser har börjat diskuteras mellan de spelleverantörer som skapar produkterna och spelbolagen som erbjuder dem till spelare. För att besvara studiens syfte är det därmed relevant att ta reda på både hur aktörernas kundrelationer påverkats av omregleringen samt hur de förhåller sig till spelleverantörer. Frågeställning fyra och fem blir därför:

- *Hur har spelbolagens marknadsföring påverkats av omregleringen?*
- *Hur har spelbolagens relation till kunder och leverantörer påverkats av omregleringen?*

1.4 Avgränsningar

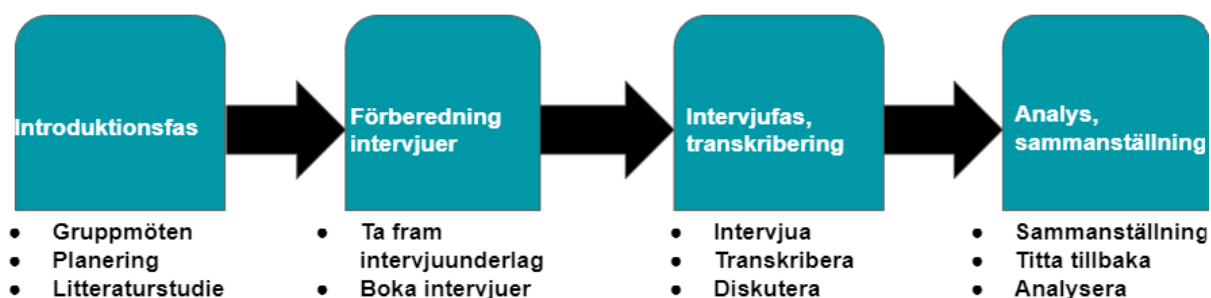
Studien avser främst den omreglering som trädde i kraft 1 januari 2019. Ytterligare tillägg som antagits, såsom de tillfälliga åtgärder som gjorts med anledning av covid-19-pandemin, har tagits i beaktning.

På grund av att onlinespel är den dominerande spelformen på svensk marknad, samt att tillväxten hos de spelbolag som erbjuder onlinespel är en stark orsak till att omregleringen genomfördes, så avgränsar sig arbetet från att avhandla hur fysiska kasinon har påverkats av omregleringen. Vad gäller de effektvariabler som ska undersökas enligt syftet och frågeställningar så kommer endast spelbolag med svensk licens utvärderas. Spelbolag utan svensk licens påverkar dock licensmarknaden, och därav kommer de att vara relevanta för arbetet.

Som primärkällor har intervjuer med spelbolag som erbjuder onlinespel, samt innehar svensk licens, använts. Två av tio intervjuer har även varit med två olika tillsynsmyndigheter. Konsumenter avgränsas alltså från att användas som förstahandskällor. Anledningen är att författarna anser att enskilda konsumenter saknar den kompetens som krävs för att kunna ge tillräckligt relevant information för just vår studie. Myndigheter som arbetar å konsumenters vägnar kommer dock att användas som primärkällor.

2. Metod och genomförande

Kapitlet ger en genomgång av hur författarna av arbetet genomfört sin studie, deras val av metodtekniker och hur etik samt validering tas i anspråk. Studien är kvalitativ med en abduktiv ansats. I figur 4 ges en övergripande bild av hur det är tänkt att denna studie ska genomföras.



Figur 4. Övergripande bild av hur studien tänkt att genomföras.

2.1 Metodansats

Denna studie har genomförts med en abduktiv ansats, dvs en blandning mellan deduktiv och induktiv ansats. Den deduktiva ansatsen antogs genom att gruppen gick igenom tidigare genomförd och dokumenterad forskning samt teorier inom ämnet. På så sätt kunde en kunskapsgrund och ett underlag för diskussion och framtagning av kvalificerade frågor till intervjuer skapas. Den induktiva ansatsen har vidare använts efter intervjuerna genomförts genom att tolka och analysera all den data som har mottagits. Vidare efter ett antal intervjuer, när bredare och mer djupgående kunskap erhöles, fick skribenterna nya infallsvinklar på problemet i fråga och kunde på så vis förhålla sig på andra sätt som ledde till nya intressanta tankar, diskussioner och intervjufrågor.

Patel & Davidsson (2011) menar på att en kvalitativ metodansats blir mer fri och beskrivande jämfört med en kvantitativ metodansats som snarare används vid ansamling av konkret data. Insamlingen av information beskriver ett ämne istället för att med statistiska siffror mäta det. Därmed anser författarna av det här arbetet att en kvalitativ metodansats är det rätta valet vid en studie likt denna. Vidare är en kvalitativ metodansats rimlig med anledning av att kunskapen kring ämnet till en början var begränsad. Dessutom anser författarna att en kvalitativ metodansats lämpar sig bättre vid intervjuer med grund i frågeställningar som är av explorativ karaktär.

2.2 Metodval

För att kunna förstå hur spelmarknadens omreglering påverkat spelföretagen genomfördes intervjuer samt inläsning av relevant litteratur för att på så sätt bredda författarnas förståelse kring området. Även om huvudfokuset har legat på intervjuer i arbetet, så tillhandahölls även nyttig information genom litteraturen.

2.2.1 Litteratur

Litteraturen som studerades handlar om tidigare forskning inom området, och därmed kommer denna del baseras på sekundärdata. Enligt Carlström och Carlström-Hagman (2007) är det mycket viktigt att vara extra källkritisk vad det gäller sekundärdata, då insamlingen av denna information skett tidigare. Denna studie av tidigare forskning utfördes främst innan intervjuerna satt igång, så att gruppen kunde utnyttja kunskaperna vid utformning och utförande av intervjuerna. Att läsa om tidigare undersökningar i förväg är viktigt om projektet som intervjuerna avser är av komplex och kvalitativ karaktär (Larsson, 2015). Efter intervjuerna användes litteraturen för att fylla de kunskapsluckor som intervjuerna inte besvarat. Eftersom de huvudsakliga informationskällorna i arbetet kommer från intervjuerna, så används litteraturen för att, med bakgrund i arbetets frågeställning, besvara det som inte besvaras i intervjuerna. Därav anpassades litteraturen efter behov, beroende på hur täckande de svar som gavs i intervjuerna var.

2.2.2 Intervjuer

Primärdata har tillhandahållits i form av intervjuer med olika spelföretag. Här motiveras urvalet av respondenter och även hur intervjuerna utformats, genomförts och sammanställts.

2.2.2.1 Urval av respondenter

Respondenterna bestod främst av representanter från olika spelbolag som är verksamma i den svenska spelbranschen. Även myndigheter i form av Konsumentverket och Spelinspektionen intervjuades. För att få tag på respondenterna så kontaktades dem via e-post med en beskrivning av vår situation samt en förfrågan. Valet av antalet intervjuobjekt grundades i teorin om teoretisk mättnad (Saunders et al, 2018). Detta innebar att flera intervjuer genomfördes, tills det att svaren upprepade sig och ingen ny information tillhandahölls. Efter att elva respondenter intervjuats upplevde författarna att teoretisk mättnad hade uppnåtts.

Omregleringen omfattar ett brett spektrum av olika typer av spelbolag, men i linje med avgränsningen intervjuades endast spelbolag som erbjuder onlinespel. Inom denna kategori genomfördes intervjuer med flera olika bolag där respondenternas befattning varierade vilket minskade risken för en alltför ensidig bild. Exempelvis ansåg författarna att de svar som ges från en PR-ansvarig kan ha en helt annan ståndpunkt än de svar som ges från en person som jobbar med strategiska beslut. I tabell 1 presenteras samtliga respondenter.

Företag	Respondent	Befattning	Intervjudatum
Bolag 1	Respondent 1	Anonym	23 mars 2021
ATG	Respondent 2	Chief Corporate Communication Officer	19 mars 2021
Betsson	Respondent 3	PR Manager	17 mars 2021
Kindred	Respondent 4,5	Sverigechef resp. Kommunikationschef	31 mars 2021
Konsumentverket	Respondent 6	Jurist	31 mars 2021
Spelinspektionen	Respondent 7	Kommunikationschef	30 mars 2021
Svenska Spel	Respondent 8	Chief Marketing Officer	30 mars 2021
BOS	Respondent 9	Generalsekreterare	9 mars 2021
Pixel.bet	Respondent 10	VD	13 april 2021
Ålands Penningautomatförening (PAF)	Respondent 11	Chief Marketing Officer	14 april 2021

Tabell 1. Lista över intervjurespondenter.

2.2.2.2 Utformning och genomförande

För att intervjuerna skulle överensstämma med arbetets abduktiva karaktär var de semistrukturerade. Med detta menas att intervjuaren utgår från en grund av olika centrala frågor, men där flexibilitet sedan tillåts och följdfrågor ställs för att få en djupare förståelse (Bryman och Bell, 2018). Som tidigare nämnts har den litteratur som studerats varit en stark bidragande faktor vid utformningen av intervjuerna och framtagning av de centrala frågor som utgjorde intervjuunderlaget. Underlaget varierade beroende på vilken typ av respondent som intervjuades, vilket resulterade i totalt tre olika intervjumallar (se bilaga 1, 2 och 3). På grund av covid-19 pandemin så hölls inga fysiska möten, utan endast digitala intervjuer anordnades. Respondenterna fick frågan om det är okej att intervjun spelas in i videoformat, vilket godkändes i samtliga fall.

2.2.2.3 Sammanställning

För att kvalitativt kunna sammanställa och analysera intervjuerna så behövde informationen komprimeras, så att en överblick kunde fås. För kunskapsspridning skulle ske genom gruppen så skötte intervju-transkriberingen av gruppmedlemmar som inte medverkat på intervjun på den specifika intervjun. En viktig del av den kvalitativa analysen är också en mönsteranalys, där relationer mellan olika synsätt identifieras (Eriksson & Wiedersheim-Paul, 2008). En mönsteranalys underlättar arbetet med att dra paralleller mellan de olika intervjuerna, så att en mer nyanserad slutsats kan dras.

Malterud (2012) förklarar vilka steg som behöver genomgå för att systematiskt kondensera kvalitativ information. Dessa steg applicerades på den information som tillhandahölls från intervjuerna. Vad stegen innebär och hur de använts i sammanställningen av empirin under arbetet följer nedan.

1) Helhetsintryck: Från kaos till teman.

Genom att öppensinnat bemöta data och skaffa sig en överblick så kan materialet delas in i övergripande teman, något som delvis gjordes redan innan intervjuerna då frågorna var uppdelade utefter olika teman. Intervjuernas semistrukturerade karaktär gjorde dock att justeringar av tematiseringen fick göras under arbetets gång.

2) Identifiera och sortera meningsfulla enheter: Från teman till kod.

Här ska de elementen som berör studiens frågeställningar organiseras, identifieras och klargöras. Samtidigt som irrelevant data för frågeställningen här sållas ut, så beskriver Malterud

att det är bättre att ta med för mycket än för lite i detta steg. Denna process genomgicks under transkriberingarna, där den transkriberande gruppmedlemmen såg till att irrelevant information utelämnades.

3) Kondensering: Från kod till innebörd

I det här steget bryts data upp och segmenteras utifrån de kategorier som utmynnat från de tidigare stegen. Därefter har det endast relevant data kvar som är tydligt indelade i teman och är relevant för frågeställningen.

4) Syntetisering: Från innebörd till beskrivningar och koncept.

Här ska koncept och beskrivningar identifieras utifrån i den samling av information som samlats in, för att på så vis kunna formulera slutsatser. Empirin finslipas och beskrivs på ett sätt som passar läsaren. Eventuella överlapp mellan delar justeras bort. Efter detta steg var arbetet med empirin och intervjuunderlaget i princip klart.

2.3 Metoddiskussion

Den kvalitativa metodansatsen, främst riktad åt intervjuerna, har vissa nackdelar som måste tas i anspråk. Då det kan anses ineffektivt att mer än två personer medverkar vid intervjuerna blir tolkningen av respondenternas svar beroende av personen i gruppen som transkriberar. För att undvika detta spelades samtliga intervjuer in och de personer i gruppen som inte var närvarande under intervjuerna lyssnade på intervjuerna själva och en person transkriberade intervjun. På så sätt tolkas informationen från flera olika perspektiv och därmed minskar risken för förvrängningar eller personliga uppfattningar samtidigt som det blir ett mer nyanserat arbete. Som tidigare nämnt bidrar detta även till kunskapsspridning genom gruppen.

För att en rapport ska vara trovärdig krävs också någon form av övergripande validering. Författarna valde att valideringen skulle utföras både internt och externt. Internt genom att alla gruppens medlemmar läste och kommenterade alla delar av arbetet. På så vis minskade risken för missuppfattningar feltolkningar. Externt har vår handledare *Kai Lo Andersson* läst, kommenterat och godkänt rapporten kontinuerligt under arbetets gång. Respondenter gavs även möjlighet att ta del av materialet i efterhand, där eventuell återkoppling kan ses som extern validering.

Som tidigare nämnt kommer primärdatan i detta arbete hämtas från intervjuer, vilket kan medföra etiska komplikationer. Det är viktigt att källmaterialet används på ett korrekt sätt, och refereras till på ett sätt som stämmer överens med det källan angett. Författaren som angett

källan bör också kolla upp så att personen i fråga inte är oetisk av sig. Enligt Bo Larsson (2015) har även intervjuare ett ansvar för de respondenter som medverkar. Vid frågor som är känsliga eller allt för personliga kan respondenten ta illa upp på grund av integritetsintrång. Då intervjufrågorna endast handlar om personliga uppfattningar om icke privata ämnen bör integritetsintrång ej vara någon risk, men ska alltid överses. För att förhindra att problem uppstår poängterar Larsson att ett så kallat "informerat samtycke" ska råda, vilket betyder att respondenten ska delta frivilligt samt förstå undersökningens syfte och upplägg. Det ska även alltid finnas möjlighet till fullkomlig anonymitet vid intervjuer av denna typ. Respondenterna kommer även ges möjlighet att ta del av gruppens anteckningar från intervjun så fort gruppen sammanställt intervjun, samt godkänna det som skrivits. Detta i syfte att respondenten ska känna sig trygg.

3. Hållbar utveckling och etik

Spelbranschen är till sin natur problematisk i relation till hållbarhet och etik. Spelberoende, matchfixning och penningtvätt är exempel på de negativa effekterna som spelbranschen medför. Dessa begrepp definieras enligt följande:

- Spelberoende innebär att en person satsar pengar på spel, på ett sätt som påverkar ekonomi, relationer och arbete negativt (1177 Vårdguiden, 2020).
- Matchfixning innebär olaglig manipulation av idrottsevenemang för att generera storvinster (Spelinspektionen, 2019b).
- Penningtvätt i detta sammanhang innebär slussning av olagliga pengar genom spelbolag för att få dem att tyckas vara legalt förtjänade.

Statens syfte med omregleringen 2019, som detta arbete har sin utgångspunkt från, är att minska den samhälleliga problematiken som spelbranschen medför. Därav är hållbarhet och etik ett viktigt ämne ur arbetets helhetsperspektiv. Det är uppenbart att spelberoende, matchfixning och penningtvätt är problem som måste hanteras för att kunna sträva mot ett hållbart samhälle.

För att uppnå ett hållbart samhälle har FN tagit fram Agenda 2030, en handlingsplan vilken består av 17 globala mål för hållbar utveckling. Den förväntas vara uppnådd till år 2030 i världens alla länder. Målen är uppsatta i ett försök att uppnå fyra världsomspännande mål: avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor, främja fred samt lösa klimatkrisen. Dessa utgår från de tre dimensionerna av hållbar utveckling som innefattar ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet. Flera av målen är beroende och direkt kopplade till varandra (Regeringskansliet, 2021). De mål som är mest applicerbara till rapporten är de ekonomiska och sociala aspekterna, då spelindustrin kan skada samhället och dess individer ur ett hälsoperspektiv och ett ekonomiskt perspektiv.

Utifrån de globala målen och rapportens frågeställning har författarna identifierat fem av FN:s mål som anses vara relevanta för arbetet. Dessa är följande:

- Mål 3: God hälsa och välbefinnande

Spelberoende hos människor är ett problem som faller inom detta mål. Målet innefattar bland annat psykisk hälsa, och för att minska den psykiska ohälsan måste samhället se till att spelberoende tas om hand på ett effektivt sätt.

- 10: Minskad ojämlikhet

Vidare har spelberoendet en negativ påverkan på jämlikheten i samhället, som kopplar till mål 10. Ibrahim och Banfield (2014) förklarar att spelberoende lättare drabbar de lägre samhällsklasserna vilket i praktiken innebär att resurser flyttas från de lägre samhällsskikten till de högre.

- 12: Hållbar konsumtion och produktion

Mål 12 som handlar om hållbar konsumtion och produktion avser främst att förbättra klimatet. Delmål 12.6 handlar dock om uppmuntran till hållbarhetsredovisningar, och detta känns relevant för spelbranschen då det kan leda till en mer transparent spelmarknad. Hållbarhetsredovisningar i sig kommer dock inte att avhandlas i detta arbete.

- 16: Fredliga och inkluderande samhällen

Vad det gäller kopplingen till mål 16 är delmål 16.4, "*Bekämpa organiserad brottslighet och olagliga finans- och vapenflöden*" i fokus. Matchfixning är ett fenomen inom spelbranschen vars konsekvens är omfördelade resurser på ett orättvist och illegalt sätt. Samma gäller för den penningtvätt som sker genom spelbolagen.

- 17: Genomförande och partnerskap

Vidare till mål 17 så ingår där politisk samstämmighet för hållbar utveckling som ett delmål. I dagsläget gäller endast svenska regleringar för bolag med svensk licens vilket medför risken att svenska konsumenter kan välja att spela på utländska bolag utan svensk licens, och där kan inte svenska regleringar påverka (Eilard et al, 2017). Politisk samstämmighet mellan nationer är därför viktigt för att kunna uppnå det mål som FN satt.

Sammandraget kan det konstateras att det finns tydliga kopplingar mellan detta arbete och FN:s globala mål. Resultatet från studien kommer längre fram i rapporten att relateras till de fem utvalda målen.

4. Teoretiskt ramverk

Det teoretiska ramverket lyfter fram relevanta områden för diskussion kopplat till rapportens empiri. Till en början presenteras teorier kring regleringar och hur dessa påverkar olika aktörer. Sedan avhandlas teori kring hur marknadsdynamiken i en bransch kan påverkas av olika faktorer.

4.1 Public Interest Theory

Public Interest Theory är en teori som enligt Posner (1974, s. 335) hävdar att reglering tillhandahålls som ett svar på allmänhetens krav på korrigering av ineffektiva eller orättvisa marknadsmetoder. Enligt Deegan och Unerman (2011) innebär det att regleringar initialt genomförs för att gynna samhället i sin helhet, snarare än individuella privata intressen. Det är därmed en ineffektiv marknad som ger upphov till skyddet som kommer från regleringen. En sådan marknad präglas av en obalans av information mellan de olika aktörerna, vilket regleringen försöker bistå med att reducera genom att ge förutsättningar till samma information för samtliga aktörer. Vidare antar teorin, enligt Deegan och Unerman, att tillsynsorganet har en neutral position och därmed inte låter egenintressen ha en inverkan på marknaden och regleringen.

Posner förklarar att två antaganden inom teorin är att ekonomiska marknader är fragila och därmed skulle agera väldigt ineffektivt utan regleringar, samt att det är kostnadsfritt att reglera. Posner yttrar sin skepticism till de två antagandena och menar vidare att regleringar inte alltid uppstår under förhållanden där dessa omständigheter gäller. En förklaring till varför reglerare inte inför en lag med argumentet att det ligger i allmänhetens intresse är, enligt Deegan och Unerman, att lagstiftare inför lagstiftning eftersom det kan öka deras egen förmögenhet. Lagstiftaren vill därmed vinna allmänhetens förtroende för att kunna bli omvald. Denna teori diskuteras nedan, och benämns *Private Interest Theory*,

4.2 Private Interest Theories

I en annan ekonomisk regleringsteori, kallat Private Interest Theories of Regulation, antas det att de som reglerar inte innehar tillräckligt med information angående kostnader, kvalitet, efterfrågan och andra dimensioner av företags beteenden (Tillväxtverket, 2017, s. 9). Därmed

kan de inte främja allmänheten fullständigt när de kontrollerar företag. En av teorierna inom denna inriktning, Public Choice Theory, utgår ifrån att alla individer drivs av egenintresse.

4.2.1 Public Choice

Public Choice är en teori som grundar sig i klassiska ekonomiska antaganden, att aktörer inom systemet är rationella och att beslut endast genomförs om de innebär att marginalnyttan är större än marginalkostnaden (Chernomas & Hudson, 2017). Teorin bygger på att det generellt finns tre grupper i den politiska världen: politiker, väljare och olika typer av intressegrupper. Vidare så antar teorin att politikernas mål är att få så mycket röster som möjligt. Det kan de uppnå antingen genom att lyssna på väljarna och driva en politik baserat på deras åsikter, eller genom att tillgodose intressegruppers intresse och via dem i sin tur ha råd med kampanjer som i sin tur driver röster.

Till Public Choice hör även begreppet rent seeking. Det betyder att aktörer inom systemet försöker söka fördelar inom politiken för att öka sin lönsamhet istället för att göra det genom att skapa mer värde för kunden som i sin tur bidrar med ökade samt onödiga kostnader för staten (Chernomas & Hudson, 2017).

4.2.2 Capture Theory

En annan teori som går under Private Interest Theories är Regulatory Capture Theory. Den säger att regleraren av en marknad kan komma att påverkas i hög grad av de aktörer som den har fått i uppdrag att reglera (Tillväxtverket, 2017, s. 10). Den här snedvridningen kan resultera i att regleraren istället agerar till bolagens favör över allmänhetens (Kenton, 2021). De företag som regleras besitter information som den reglerande myndigheten är beroende av kan därmed finna sätt att genomdriva regleringar som främjar vinst för företagen.

4.3 Effekter av en reglering

Joskow och Rose (1989) förklarar att det finns flera olika metoder för att mäta effekterna av ekonomiska och sociala regleringar. En av dessa metoder är att jämföra en reglerad marknad eller bolag med en korresponderande icke-reglerad marknad eller bolag, något som kan göras på två olika sätt. En metod är att jämföra liknande bolag som verkar under olika förhållanden när det kommer till regleringar. Ett annat tillvägagångssätt är att jämföra samma grupp av företag före och efter en regleringsåtgärd. Det sistnämnda tillvägagångssättet kallar Joskow och

Rose för en *time-series approach*. För att kunna tillämpa denna krävs det att ett datum eller en period definieras där marknaden övergår från icke-reglerad till reglerad, eller vice versa. Efter att detta gjorts kan effektvariabler av intresse jämföras mellan de olika perioderna. Det är också idealt att ha tämligen långa jämförelseperioder, för att med säkerhet kunna fastställa att de förändringar som skett är en konsekvens av regleringsåtgärden. Vad som räknas till "*tämligen långa jämförelseperioder*" definieras dock inte av författarna.

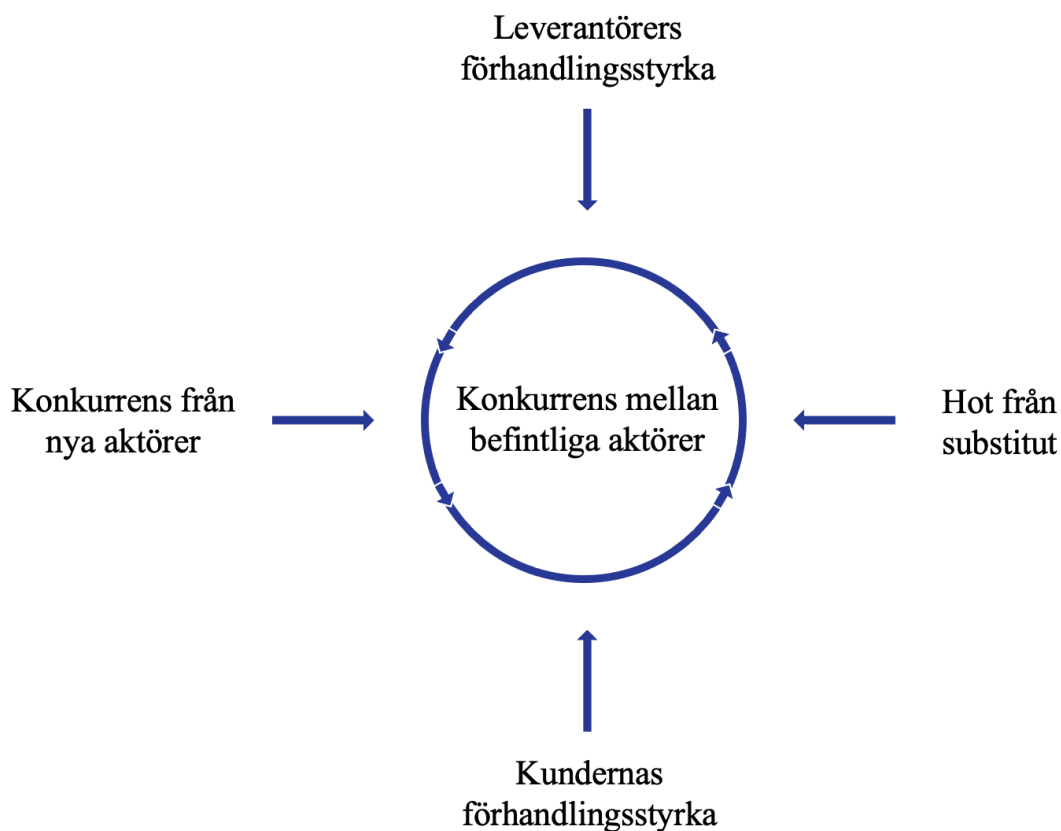
Joskow och Jones går sedan in på hur regleringar och avregleringar påverkar olika effektvariabler för bolagen såsom kostnader, innovation och produktkvalitet. Även fördelningseffekter på marknaden tas upp. Det nämns att antalet möjliga effekter av regleringsmässiga åtgärder är större när marknaden består av flera konkurrerande bolag, i jämförelse med en monopolmarknad. Vad gäller kostnader så medför ofta en reglering initiala fasta kostnader för bolagen. Särskilt om regleringen berör en marknad av hög teknisk utveckling. Ur ett perspektiv av innovation så nämns att ökade inträdesbarriärer kan sakta ner diffusionen av innovationer, vilket hämmar incitamenten för innovativa satsningar. Om regleringsåtgärden istället skiftar konkurrensfokus från prismässiga till icke-prismässiga dimensioner så kan incitamenten för produktinnovationer öka. Det ska dock tilläggas att icke-prismässig konkurrens knappt existerar om monopol förekommer. Ännu en variabel som påverkas av regleringsåtgärder är produktkvaliteten. Här förklaras att servicekvaliteten ofta ökar vid en avreglering, medans pålitligheten i produkterna istället ökar vid en reglering.

Vidare förklarar Joskow och Jones att regleringsåtgärder medför olika typer av fördelningseffekter på marknaden den berör. Vad gäller fördelning av vinst och lönsamhet påverkas denna ofta kortsiktigt. Detta eftersom institutionell tröghet drabbar bolag när de tvingas att anpassa sig till de nya omständigheterna i en miljö med konkurrerande produkter och leverantörer. Dock kan inga generella slutsatser dras utifrån ett långsiktigt perspektiv angående vinsten och lönsamheten. Hur den påverkas beror på regleringsåtgärdens syfte, vem som sköter regleringsprocessen, branschens ekonomiska karaktäristika och det politiska klimatet som regleringsåtgärden utförs inom. En annan fördelningseffekt är den som sker bland olika kundgrupper. En sådan kan ske direkt genom att regleringsåtgärden i sig uttryckligen subventionerar eller missgynnar vissa kundgrupper. En mer indirekt fördelningseffekt på kundgrupper kan ske när en reglering minskar kundernas utbud. Detta gör ofta att bolag prioriterar vissa kundgrupper framför andra, som i sig är innebär en fördelningseffekt. Sist men inte minst finns det också fördelningseffekter bland bolagen i branschen som regleringsåtgärden

berör. Utformandet av en avreglering eller en reglering är aldrig perfekt. Därav kommer den gynna vissa bolag och missgynna andra, beroende på deras position och förhållningssätt på marknaden.

4.4 Porters femkraftsmodell

Ett av de mest vedertagna ramverken för att teoretisera och studera marknader och konkurrensen mellan aktörer är Porters femkraftsmodell. Denna presenteras i artikeln "How Competitive Forces Shape Strategy" publicerad i Harvard Business Review 1979 (Porter, 1979). Den grundar sig alltså i fem olika, som Porter kallar det, krafter. Modellen illustreras i Figur 5. Porter (2008) listar även ett antal faktorer som kan påverka marknader men som inte ska ses som krafter. En faktor som han listar är staten. Han menar att denna inte bör ses som en sjätte kraft eftersom statlig inblandning automatiskt varken är dålig eller bra. Vidare menar Porter på att statens inblandning i form av lagar och regler ska analyseras utifrån hur de påverkar de fem krafterna.



Figur 5. Porters Femkraftsmodell.

4.4.1 Konkurrens från nya aktörer

Porter (2008) menar på att nya aktörers intåg på marknaden är en drivande kraft som kommer att påverka marknadsdynamiken. Anledningen är att nya aktörer utökar kapaciteten på marknaden och har en vilja av att ta marknadsandelar från de existerande aktörerna. Konkurrensen kommer i sin tur att påverka bolagen som redan finns på marknaden då de antingen tvingas sänka sina priser om hotet från nya aktörer är högt eller utöka sina investeringar för att vara konkurrenskraftiga. Båda ovan nämnda fall kan leda till att vinsterna för bolagen minskar.

Graden av hot som nya konkurrenter innebär beror på ett antal faktorer i form av inträdesbarriärer enligt Porter men även på reaktionen från existerande aktörer. Porter (2008) listar sju primära inträdesbarriärer.

- *Utbudssidans stordriftsfördelar.* Enligt Porter så kan stordriftsfördelar hos producenten ge upphov till inträdesbarriärer. Dessa uppstår då producenten kan slå ut sina fasta kostnader över ett större antal produkter/intäkter vilket betyder att en ny aktör antingen måste gå in på marknaden med stora volymer eller acceptera en sämre lönsamhet.
- *Nätverkseffekter.* Porter förklarar att nätverkseffekter uppstår när en användares betalningsvilja ökar då fler använder produkten. Eftersom produktens värde i sig är att det finns många användare så blir det svårare för nya aktörer att ta sig in på marknaden.
- *Kundens kostnader för byte.* Om en kund vill byta leverantör så kan flertalet kostnader tillkomma, exempelvis omskolning av personal, integration av tjänsten eller förändring av processer. Ju högre kostnader för kunden att byta leverantör desto svårare för nya aktörer att ge sig in på marknaden.
- *Krav på kapital.* För att nya aktörer ska ge sig in på marknader kan det behövas mycket kapital och investeringar som kan hindra dem att komma in på marknaden.
- *Befintliga aktörers fördelar oberoende av storlek.* Existerande aktörer kan ha fördelar som inte är baserade på deras storlek. Detta kan exempelvis vara patent, kvalitetsfördelar, geografisk lokalisering, varumärke etc.
- *Olika tillgång till distributionskanaler.* Aktörer som vill ge sig in på en marknad måste säkerställa rätt kanaler för att distribuera sina produkter. Dessa kanaler kan vara få och svåra att komma in i eller ta över från existerande aktörer.

- *Restriktiv statlig politik.* Här menar Porter att politik i form av lagar och regler kan antingen hindra eller hjälpa nya aktörer men även förstärka eller rent av ta bort övriga inträdesbarriärer.

4.4.2 Leverantörers förhandlingsstyrka

Om en leverantör har en stark position på marknaden så kan de enligt Porter behålla värdet för dem själva genom att höja priser, erbjuda lägre kvalitet eller lägga ökade kostnader på deras kunder. Ett exempel där leverantörer har en stark förhandlingskraft kan vara om leverantörerna är mer koncentrerade än marknaden som de säljer till. Men det kan även vara en differentierad produkt eller avsaknad av substitut som ger upphov till detta. Oavsett så kommer en stark leverantör leda till att lönsamheten på marknaden försämrass.

4.4.3 Kundernas förhandlingsstyrka

Om kunderna har en stark position på marknaden så kan de kräva lägre priser eller högre kvalitet, vilket i sin tur kommer att leda till att lönsamheten för bolagen på marknaden minskar (Porter, 2008). Kunder kan exempelvis anses starka på en marknad om de är få eller om de handlar stora volymer. Vidare kan en homogen eller standardiserad produkt ge upphov till starka kunder då de kan gå till en annan aktör för att få samma tjänst. Porter menar dock att skillnaden mellan konsumenter och företag-till-företag är att konsumenters behov kan vara svårare att ta på och kvantifiera.

4.4.4 Hot från substitut

Om hotet från substitut, alltså produkter eller tjänster som kan bytas ut mot de som finns på marknaden, är starkt så kan det få en negativ konsekvens på marknadens lönsamhet. Detta eftersom det sätter ett tak på priserna enligt Porter då kunderna är villiga att byta. Hotet från substitut ökar om substitutet har ett attraktivt pris sett till värdet relativt marknadens produkt. Det ökar även om kostnaderna för att byta till substitutet är låga. Om en industri inte distanserar sig från substitutet genom bättre produkter, marknadsföring eller andra tillvägagångssätt så kommer det påverka marknadens lönsamhet negativt, men även dess tillväxtmöjligheter.

4.4.5 Konkurrens mellan befintliga aktörer

Den mest självklara påverkan på marknadsdynamiken är konkurrensen mellan de existerande aktörerna. Denna kan ta uttryck på flera olika sätt, exempelvis genom priser och rabatter,

reklam, nya produkter etc. Graden av konkurrens mellan befintliga aktörer beror enligt Porter på intensiteten och på vilka grunder de konkurrerar. Intensiteten på konkurrensen kan vara hög om det exempelvis finns många aktörer på marknaden eller om tillväxten på marknaden är låg. Om grunden för konkurrensen är baserad på pris så menar Porter att det kommer leda till en direkt överföring av vinster från aktörerna på marknaden till kunderna. Om grunden till konkurrens istället exempelvis är produkt eller kvalitet så kommer troligen inte samma erosion av vinst uppstå då kunden får ut ett högre värde med den typen av konkurrens. Porter menar vidare att om alla aktörer konkurrerar på samma grund, exempelvis pris, så kommer det leda till ett nollsummespel där en aktör blir vinnande på en annans bekostnad. Han menar även att om aktörerna kan rikta sig mot olika segment av kunder där konkurrensen inte är baserad på samma grund så kan de komma ifrån nollsummespelet och att aktörer tar lönsamhet från varandra, utan då kan den totala lönsamheten för marknaden växa.

4.4.7 Kritik mot Porter

Porters Femkraftsmodell som presenterades 1979 har kommit att bli det mest använda ramverket för att analysera industrier och marknader. I takt med samhällets utveckling i form av digitaliseringen och internet så har relevansen i Porters modell ifrågasatts. Recklies (2001) lyfter exempelvis Downes kritik mot Porter och Downes tre nya krafter som ett komplement. Downes menar att Porters modell inte tar tillräckligt hänsyn till nya relevanta faktorer som digitalisering, globalisering och avregleringar. Recklies (2001) argumenterar dock för att Porters modell inte har blivit obsolet utan att hänsyn måste tas till nya faktorer när den används samt att det är ett ramverk av många och där en inte ska förlita sig på endast ett. Grundy (2006) lyfter begränsningar i Porters modell, bland annat att den tenderar att lägga för stor vikt på makronivån av en industri och mindre på specifika produkter och segment av marknaden. Vidare lyfter Grundy att modellen förenklar värdekedjan i en industri där det kan krävas att differentiera leverantörer utifrån distributionskanaler och slutkonsumenter. Grundy menar på att det fortfarande finns värde i att använda modellen men att den, likt det Recklies (2001) argumenterade, ska ses i kontext med andra typer av modeller samt att det finns potential i att utveckla modellen ytterligare, då den i princip förblivit oförändrad och använts på samma sätt sedan 80-talet.

5. Empiri & Analys

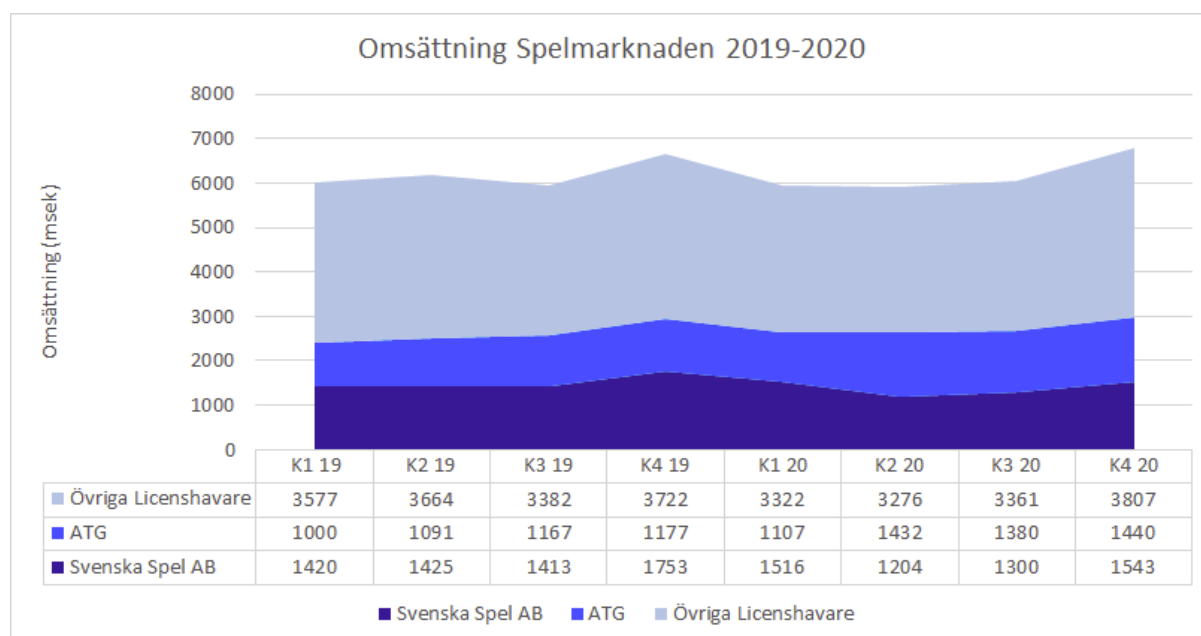
Kapitlet redogör för insamlad data från de intervjuer och den litteraturstudie som genomförts. Datan diskuteras och analyseras här utifrån den teori som presenterats, för att nyanserade slutsatser sedan ska kunna dras utifrån arbetets syfte och frågeställning. Indelningen av kapitlet är gjord utifrån de delsyften som formulerats tidigare.

5.1 Marknaden som helhet

Avsnittet redogör för hur marknaden förändrats utifrån tillväxt och kanalisering, men också hur kommunikation mellan spelbolagen och myndigheter upplevts.

5.1.1 Tillväxt sedan omregleringen

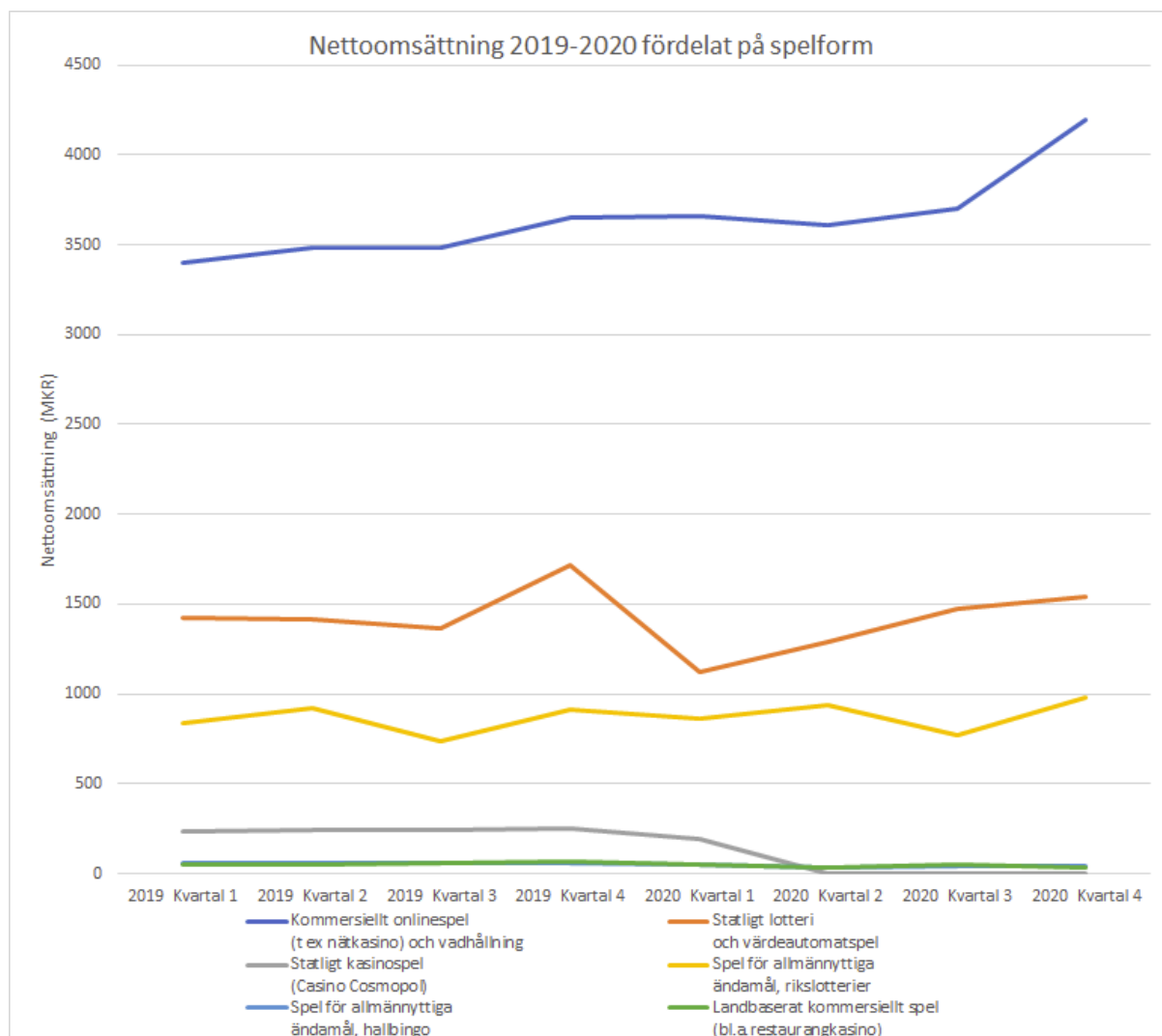
I bakgrunden presenteras statistik från tiden innan regleringen. Där vi ser hur utländska aktörer under en 10-årsperiod ökat sin marknadsandel samtidigt som Svenska Spel och ATG inte växt märkbart. Vid skrivning av denna rapport är de senaste siffrorna hämtade från årsrapporter gjorda 2020 av spelföretagen, samt statistik från Spelinspektionen gällande 2020. Figuren nedan behandlar samtliga spelformer på spelmarknaden, inte enbart onlinespel.



Figur 6. Omsättningen på spelmarknaden 2019–2020.

Enligt bilden ovan har den licensierade marknaden som helhet inte växt mycket sedan omregleringen 2019. Det är främst under slutet av både 2019 och 2020 som tillfälliga höjder

nås, men inget märkbart. Värt att notera är att ATG har en procentuell tillväxt på 20% under 2020 jämfört med 2019. En förklaring bakom tillväxten är att trav inte pausades likt många andra idrotter gjorde till följd av covid-19. Konkurrensen minskade därför och fler vände sig till trav som är ATG:s största inkomstkälla. Istället syns det tydligt hur fördelningen mellan spelformerna ser ut, och att det har skett en stor förändring.



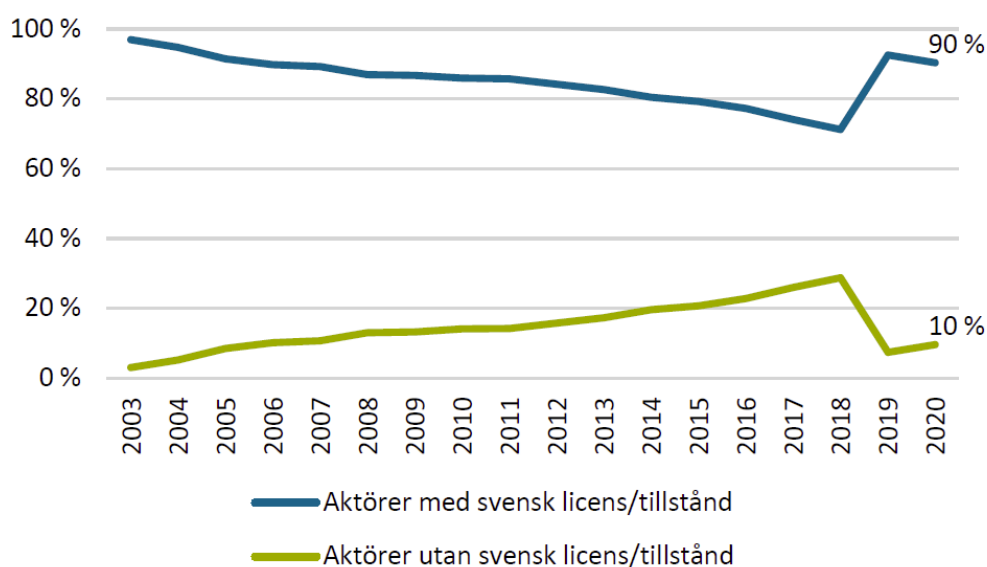
Figur 7. Nettoomsättning fördelat på olika spelformer 2019–2020

Under de två åren som gått sedan regleringen infördes kan det tydligt avläsas hur kategorin kommersiellt onlinespel och vadhållning har växt medan statligt lotteri samt värdeautomatspel, landbaserat kommersiellt spel och statligt kasinospel har minskat. Jämförs 2019 med 2020 har kommersiellt onlinespel växt med 8% medan statligt lotteri och värdeautomatspel respektive landbaserat kommersiellt spel minskat med 8% respektive 26%. Värt att notera är att Casino Cosmopol har varit stängt under en längre tid på grund av Corona-pandemin (Spelinspektionen, 2021).

Respondent 1, 4 och 5 från Bolag 1 och Kindred påpekar att restriktionerna med anledning av covid-19 saknar motivering och att de endast försvårar spelbolagens arbete, utan att förbättra konsumentskyddet. Enligt figuren ovan syns det att det inte skedde någon drastisk ökning i andelen som spelade på licensierade bolag online. Därefter, trots att covid-19 restriktionerna har förlängts, tyder grafen på att spelandet inte minskat, utan istället ökat under det tredje och fjärde kvartalet 2020.

5.1.2 Kanaliseringen

Från början av 2000-talet fram till omregleringen 2019 förlorade spelföretagen med licens, det vill säga Svenska Spel och ATG, marknadsandelar till spelföretag utan licens. Den kontinuerliga förlusten bröts i samband med omregleringen då många av de bolag som tidigare verkat utan svenskt tillstånd ansökte om licens på den svenska marknaden, se figur 6 nedan. Avläsning från figuren visar även att andelen av spelandet som sker hos företag utan licens har ökat under 2020. Denna ökning menar Statskontoret beror på att det olicensierade spelandet har ökat samt på att pandemin har resulterat i ett minskat spelande på spelformer som kräver fysiskt spelande. De spelformer som kräver fysisk närvaro har skett hos företag med licens - därmed har en större andel än tidigare övergått till spelföretag utan svensk licens (Statskontoret, 2021).



Figur 8. Andel av det totala spelandet som sker hos spelföretag med respektive utan licens, 2003–2020. Källa: Uppgifter från Spelinspektionen, i Statskontoret (2021), s.42. URL: <https://www.statskontoret.se/globalassets/publikationer/2020/202008.pdf>

Enligt Statskontorets delrapport från 2019 hade den offentliga kontrollen och kanaliseringsgraden ökat betydligt sedan omregleringen infördes. Uppgifter från Spelinspektionen visar att kanaliseringsgraden gick från en procentsats på 50% före omregleringen till 88% under 2019 (Statskontoret, 2019). I delrapporten från 2021 konstateras det att kanaliseringsgraden har minskat till 85% under 2020, vilket tyder på en minskning från 2019. Respondent 4 och 5 från Kindred menar dock på att kanaliseringen för tillfället är långt ifrån regeringens målsättning på 90%. De berättar vidare att vissa produkter har en kanalisering på runt 75%, och att det därmed krävs en förändring i fokus för att möta de stora framtida utmaningarna för att lyckas nå målet.

Enligt Statskontorets senaste delrapport framhöll Branschorganisationen BOS i en intervju att kanaliseringsgraden var mycket hög under inledningen av 2019. Det finns flera möjliga orsaker för detta, enligt nedan. Att kanaliseringsgraden sjunkit sedan början av 2019 tyder på att svenska spelare efter ett tag sökt sig till olicensierade spelföretag (Statskontoret, 2021):

- Ett större antal företag som riktade sig mot den svenska marknaden ansökte om licens och tog med sina kunder in i det svenska licenssystemet.
- Det lades inledningsvis ett större fokus på marknadsföringen inom spelföretagen på den reglerade marknaden.
- Spelare som var ute efter bonusar hade inledningsvis goda möjligheter för detta.

Det är viktigt att understryka att mätningen av kanaliseringen baseras på uppskattningar och ovanstående trender och exakta uppgifter bör därför tolkas med viss försiktighet (Statskontoret, 2021). Respondent 7 från Spelinspektionen förklarar att kanaliseringen uppskattas från deras håll genom att de sammanställer intäkterna från de licensierade bolagen från Skatteverket varje kvartal. Den icke licensierade verksamhetens uppskattning köps in i form av en tjänst av H2 Gambling Capital. Vidare betonar respondent 7 att de undviker att jämföra kvartal med kvartal och istället fokuserar på skillnader mellan år, samt övergripande trender inom branschen. Mätningarna utgår från spelande i sin helhet och därmed mäts inte den individuella kanaliseringen hos olika spelformer.

För att få fram en mer rättvisande procentsats gällande kanaliseringsgraden förklarar respondent 7 att individuella mätningar för olika spelkategorier är något som håller på att undersökas. Undersökningen, som kommer vara sammanställd senare i vår, baseras på 10 000 svenska

spelare och syftar till att få en bild av hur stor andel av spelarna som spelat på icke-licensierade spelbolag och den underliggande anledningen till varför, då tidigare undersökningar endast handlat om omsättningen. Dessutom har BOS gett Copenhagen Economics i uppdrag att empiriskt uppskatta kanaliseringsgraden (Copenhagen Economics, 2020). BOS har valt att beställa en oberoende bedömning av kanaliseringsgraden med syftet att komplettera den officiella bedömningen som publiceras av Spelinspektionen (Copenhagen Economics, 2020). Analysen av Copenhagen Economics (2020) visar att andelen kunder som väljer att spela utanför licenssystemet skiljer sig beroende på spelkategorin. Regeringen utgick inte från någon riskklassificering när de olika spelkategorierna skulle regleras. Därav så har fyra spelkategorier för onlinespel, sport, kasino, hästspel och bingo & lotto reglerats lika stramt och utifrån samma ramar, enligt respondent 7 på Spelinspektionen. Trots detta visar det sig att omregleringen omfattat spelkategoriernas kunder olika väl beroende på kategori. Copenhagen Economics (2020) bedömer att den totala kanaliseringen ligger mellan 81–85%. För spelkategorin sportspel så sammanfaller dess kanalisering med den totala. Vad gäller hästspel, lotterier och bingo så är kanaliseringsgraden istället 98%. För nätkasino är den å andra sidan nere på 72–78%. Enligt respondent 2 från ATG är det särskilt problematiskt att just nätkasino har lägst kanaliseringsgrad, då nätkasino-kunder kan anses vara i störst behov av ett konsumentskydd.

Utmaningen kring kanaliseringen grundar sig i att det fortfarande sker ett omfattande spelande hos spelföretag utan licens, då det är mycket enkelt att hitta till och börja spela hos dessa spelföretag. Enligt Statskontoret (2020) ökade spelandet hos olicensierade företag redan i början av 2019 och Statskontoret förklarar att en av de största orsakerna till att en del storspelare fortfarande spelar hos bolag utan licens beror på att de kan erhålla bättre och fler bonusar där. Detta stöds av Statskontorets enkät till spelföretag 2020, som visar att spelföretag anser att attraktiva bonuserbjudanden har störst betydelse för att spelare väljer att spela på sajter som bedrivs utan svensk licens. Respondent 7 från Spelinspektionen berättar vidare att spelare som stängt av sig själva via Spelpaus.se och ändå vill spela vidare, enkelt kan hitta andra vägar tack vare de olicensierade aktörerna. Att jobba mot det olicensierat spelandet och förtydliga omsorgsplikten är de stora huvudfrågorna för Spelinspektionen under 2021.

Det råder enligt ovan många restriktioner mot bolag med licens och enligt respondent 7 upplever många spelbolag att Spelinspektionen är för hårda mot de bolag som har licens och gör för lite emot de bolag som inte har licens. Statskontoret (2021) trycker på att det saknas en hel del viktig kunskap om spelandet hos företag utan licens - det saknas information om både

vilka som spelar hos olicensierade företag och *varför* de väljer att göra det. Respondent 7 förklarar vidare att de är en liten myndighet med knappa resurser men att de ständigt jobbar mot spel som sker hos olicensierade bolag.

Genom att fortsätta arbetet med att attrahera kunder till spelföretag med licens och minska på spelandet hos olicensierade spelbolag, minskar *hot från substitut* enligt Porters femkraftsmodell, vilket i sin tur antas få en positiv påverkan på kanaliseringen. Substitutet, som i detta fall syftar på den olicensierade marknaden, har en hel del bonus- och välkomsterbjudanden som lockar spelare i en helt annan utsträckning än på den licensierade marknaden. Därav är vikten av att behålla kunder inom den svenska marknaden samt bibehålla en stark och långvarig relation stor.

5.1.3 Bristande kommunikation från myndigheter

Ett utav de större problem som intervjuobjekten återkommer till grundar sig i hur kommunikationen mellan operatörerna och myndigheter fungerar. Många menar på att kommunikationen är enkelriktad, det vill säga endast från regeringen och Spelinspektionen till operatörerna. Detta anses vara en av anledningarna till att omregleringen inte fått den påverkan och givit det resultat, vad det gäller kanaliseringen, som förväntat. Respondent 4 och 5 från Kindred förklarar i intervjun att de tycker att regeringens fokus bör läggas om en del. De menar på, vad gäller omsorgspolitik, att forskningsvärlden och operatörerna är mest lämpade att avgöra vad som funkar, inte politiska beslutsfattare. Respondent 1 är inne på samma spår och tycker att regeringen gör en miss när de inte utnyttjar den hårda nisch samt bransch- och marknadskunskap som finns hos operatörerna. Det är operatörerna som besitter expertisen inom denna bransch och de borde fungera utmärkt som bollplank, förklarar respondent 1. Utan att blanda sig i spelreglerna så borde operatörerna kunna måla upp en rättvis bild av verkligheten och därefter utforma och ta bättre beslut, i stället för att regeringen ska ta ett scenario från något annat land som kanske inte alls är applicerbart på den svenska spelmarknaden. Tidigare togs Deegan och Unerman (2011) teori kring regleringar upp, vilken speglar sig tydligt här. Initialt genomförs regleringar i ett försök till att gynna samhället, men det slutar med en ineffektiv och ogenomtänkt reglerad marknad. För att exemplifiera ett typiskt dåligt beslut nämner respondent 1 den del av pandemi-förordningen som tillåter en maximal insättningsgräns på 5000 kr per vecka. Denna summa menar respondent 1 inte är baserad på något mer än att siffran tagits från Belgiens regleringar. Siffran anses inte bara vara ogrundad, utan missnöje finns även kring hur den presenterades. Kvällen innan beslutet klubbades igenom publicerade Sveriges

socialförsäkringsminister Ardalan Shekarabi på plattformen Twitter att det kommer klubbas igenom under morgondagen. Det anses både vara oprofessionellt och ett opassande sätt att föra sig enligt respondent 1.

Både respondent 4 och 5 från Kindred menar på att mycket ansvar och regleringar hamnar på operatörer med licens. Fokuset har snarare hamnat på att straffa licensierade operatörer, istället för att stänga ute de olicensierade. Vidare tycker de därför att ett tätt samarbete mellan Spelinspektionen, operatörerna, forskarvärlden och leverantörerna hade varit det optimala för att komma fram till de bästa lösningarna, utan att omsorgspolitiken påverkas negativt. För tillfället är det istället minimal dialog och småkorrigeringar från regeringens sida i saker med som de egentligen kanske inte har någon som helst koll på, exempelvis implementeringen av tresekundersregeln och tidsbegränsningen. Respondent 1 har uppfattningen att fokus läggs på fel saker samt att regeringen nästan i blindo chansar med regleringar som inte grundar sig i någon undersökning eller att de har ett tydligt syfte med det de gör. Vidare säger respondent 5 att det till slut blir för mycket moment för konsumenten. Han menar på att regleringar likt dem ovan har en god grundtanke, men utspelar sig på ett helt annat sätt. När det blir för mycket av begränsningar eller saker som påverkar smidigheten i användningen kommer folk att tröttna och bege sig någon annanstans. Trots att kunder bryr sig om omsorgspolitik och att kunna känna sig trygga och säkra så går de till andra operatörer, vilka kanske saknar licenser, om den totala upplevelsen inte blir tillfredsställande, vilket slutar i en okontrollerad omsorgspolitik och missade skatteintäkter för den svenska staten.

5.2 Kostnader

I följande del presenteras det resultat och den empiri som är kopplat till frågeställningens del om kostnader. Vidare så analyseras även resultatet utifrån det teoretiska ramverket.

5.2.1 Skatter

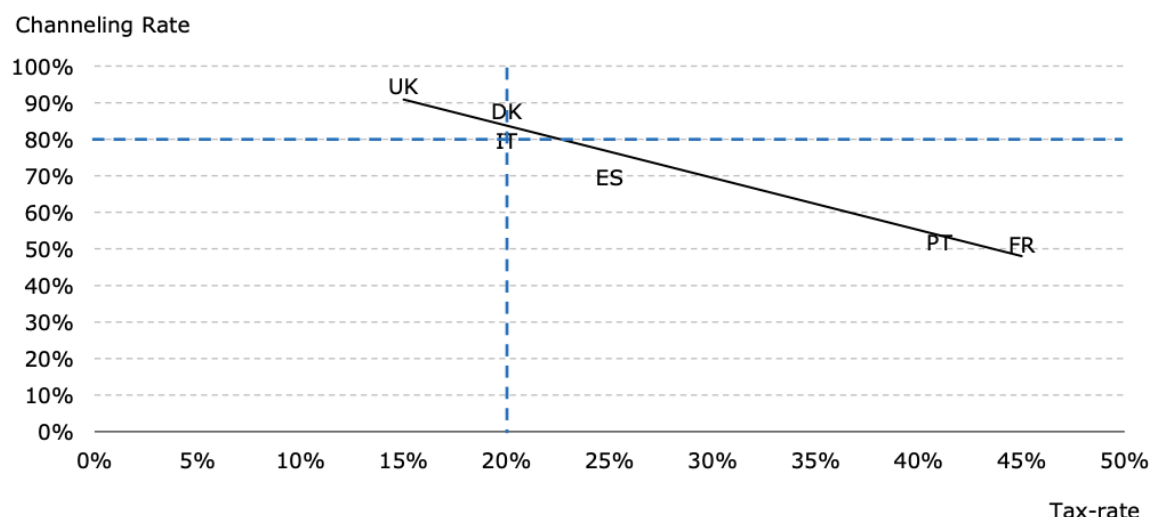
Tidigare, innan regleringen infördes 2019, verkade utländska spelbolag som erbjuder onlinespel olicensierat på den svenska marknaden. Samtidigt befann sig ATG och Svenska Spel lagligt på den svenska marknaden och behövde därför anpassa sig till svenska lagar och regelverk. Det fanns både fördelar och nackdelar med att vara på den licensierade respektive olicensierade sidan innan omregleringen. De icke-licensierade spelbolagen behövde inte betala någon punktskatt, vilket även gällde för Svenska Spel som ägs av staten. ATG behövde dock betala

punktskatt. Vad det gäller bolagsskatt så var både Svenska Spel och ATG fria från att betala den innan omregleringen, men har båda sedan skiftet 2019 betalat både bolagsskatt och punktskatt. Även utländska icke-licensierade bolag som övergår till ett bolag med svensk licens kommer att behöva betala punktskatt (Statskontoret, 2019, s. 45).

Ur ett kostnads- och konkurrensperspektiv påverkas därmed ATG, Svenska Spel och icke-licensierade bolag (som sedan söker licens) på olika sätt av de skattemässiga förändringarna. Trots att en bolagsskatt införts förväntas ATG att totalt sett betala mindre skatt efter omregleringen på grund av en stor sänkning av punktskatten. Vad gäller Svenska Spels totala intäkter till staten i form av vinstutdelning och skatter förväntas den summan vara mer eller mindre oförändrade efter omregleringen, och därmed förväntas inte skatteförändringarna påverka deras konkurrenskraft nämnvärt. Alltså innebär den införda punktskatten för dem endast att vägen som staten inkasserar intäkterna på förändras. Icke-licensierade bolag som i och med omregleringen söker licens kommer att betala mer skatt i och med punktskatten på 18% (Statskontoret, 2019, s. 45).

Respondent 2 från ATG bekräftar att de själva gynnas av denna skatteförändring. Respondenterna från Bolag 1, Betsson och Kindred som representerar utländska spelbolag uttrycker inget överdrivet missnöje med skatteförändringarna, även om omregleringen rent skattemässigt utgör en negativ konsekvens för dess bolags lönsamhet. Respondent 9, generalsekreterare på branschorganisationen BOS, förklarar att många andra länder har en mycket högre punktskatt på spel och att den svenska punktskatten därför inte väcker mycket debatt från spelbolagen på svensk marknad.

En rapport från Copenhagen Economics (2016) på beställning av BOS undersökte bland annat sambandet mellan skatt och kanalisering. De fann att det finns en negativ korrelation mellan skattesatsen och kanaliseringen vilket visualiseras med exempel från ett antal länder i figur 9. Samtidigt menar de på att det finns andra faktorer som påverkar kanaliseringen men att skatten på spel är en tydligt påverkande faktor där en högre skattesats med all sannolikhet kommer leda till en lägre kanalisering.



Figur 9. Spelskatt för ett antal olika länder jämfört med kanaliseringen för landet 2015. Källa: Copenhagen Economics (2016), s.11. URL:

<https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/8/368/1478078895/copenhagen-economics-2016-licensing-system-for-online-gambling.pdf>

Kostnader kan enligt Porters teori hänföras till olika krafter. Spelskatten på 18% kan ses som en rörlig kostnad som baseras på behållningen, alltså skillnaden mellan insatser och utbetalningar. Därmed så ger spelsskatten inte upphov till en inträdesbarriär på den licensierade marknaden då det inte är en fast kostnad som måste tas innan etablering på marknaden. Däremot så ger spelsskatten upphov till att *hotet från substitut*, i detta fall olicensierade aktörer, ökar. Detta eftersom de bolagen inte betalar någon spelsskatt och kan få en högre lönsamhet än licensierade aktörer vilket leder till konkurrensfördelar, då de antingen kan investera i ny teknik, reklam eller konkurrera med ett lägre pris där de fortfarande är lönsamma men på en nivå där licensierade aktörer inte kan vara lönsamma på grund av punktskatten. Även om exempelvis ATG gynnats av omregleringen 2019 när det kommer till spelsskatt så kvarstår problematiken med att olicensierade aktörer har lägre kostnader och det påverkar således även dem. Enligt Porter kan statens inblandning på marknaden ses som en faktor som påverkar övriga krafter. De ökade kostnaderna påverkar därmed marknadsdynamiken på ett direkt sätt i form av att lönsamheten för bolag med licens minskar och att *hotet från substitut* (olicensierade aktörer) ökar.

Samtidigt, likt det respondent 9 från BOS förklarar, har Sverige valt en skattesats som ligger på en nivå som är lägre än andra länder och som lägger grunden för att kanaliseringen i teorin ska kunna nå en hög nivå. Däremot så är skattesatsen endast en komponent i det hela där andra

typer av kostnader för licens, compliance och investering i teknik har en påverkan på bolagens lönsamhet och i längden även kanaliseringen.

5.2.2 Compliance

Omregleringen av spelmarknaden innebär striktare ramar för spelbolagen att utgå ifrån. Detta ställer krav på compliance och teknisk utveckling för att kunna efterleva dessa krav på ett effektivt sätt. Ett exempel på detta är tresekundersregeln som innebär att det måste gå minst tre sekunder mellan varje slot på kasinon med svensk licens. Den ställer krav på både compliance och teknisk utveckling för spelbolagen, vilket i sin tur kräver resurser, enligt respondent 3 från Betsson. Respondenterna från Bolag 1 och Betsson förklarar att större bolag med mer resurser lättare kan tackla dessa omställningar, vilket kan ge konkurrensfördelar för de mer etablerade spelbolagen. Detta kan, enligt respondent 8 från Svenska Spel, i sin tur delvis förklara den konsolidering som just nu sker på den svenska spelmarknaden.

Det ökade spelskyddet är även resurskrävande på andra sätt. Omsorgsplikten som införts innebär att licenshavaren måste skydda sina spelare mot överdrivet spelande, samt hjälpa dem att minska sitt spelande. Exempelvis finns det krav på dokumentation och uppföljning av spelmönster och spelbeteende från individuella kunder. Varje spelbolag har sin egen handlingsplan där de beskriver hur omsorgsplikten ska fullgöras (Spellag, 2018). Respondenterna från Bolag 1, Betsson och Svenska Spel förklarar att detta självklart innebär ökade kostnader för företagen, men de betonar också att omsorgspliktens vikt och nytta. Respondent 11 från PAF tycker det vore till en fördel att kunniga inom branschen är med och tar beslut för att göra delar av omsorgsplikten mer realistisk.

Kostnader för compliance har ökat för bolagen sedan omregleringen 2019 eftersom regleringen ställer högre krav på omsorg, teknik och rapportering. Detta är i linje med den teori som Joskow och Rose författat kring regleringar, där de förklarar att en reglering ofta medför initiala fasta kostnader för de reglerade bolagen. Som respondent 1 och 3 berättar i intervjuer så kan de större bolagen ha en konkurrensfördel här då de har mer resurser. Dessa kostnader kan leda till inträdesbarriärer eftersom det krävs investeringar för att upprätthålla compliance samt ge upphov till stordriftsfördelar vilket enligt Porter (2008) kan minska *konkurrensen från nya aktörer* att ge sig in på marknaden, i detta fall den licensierade. Samma problematik som med spelskatten, att olicensierade aktörer inte behöver ta dem kostnaderna, gäller även för kostnader

och investeringar i compliance. Spelskatten samt ökade kostnader för compliance ger alltså upphov till att *hotet från substitut*, i detta fall olicensierade aktörer, ökar.

5.3 Produkter

De olika produktkategorierna för spelbolag som erbjuder onlinespel på den svenska marknaden kan kategoriseras på många olika sätt, men författarna av denna rapport anser att kategoriseringen som görs av Copenhagen Economics är mest lämplig. Dessa kategorier är sportspel, hästspel, nätkasino samt bingo & lotto (Copenhagen Economics, 2020, s. 33). Intäktsmodellerna för dessa kategorier skiljer sig sinsemellan. Sportspel och hästspel innebär vadhållning, som i sin tur kan vara odds-baserade spel eller poolspel. Vid odds-baserade spel sätter spelföretagen odds för olika utfall på ett sätt som ser till att en andel av spelarinsatserna går till spelbolaget. Poolspel innebär att spelarna tävlar om en gemensam pott där spelbolagen tar ut en förutbestämd andel av den totala potten. För kasinospel, bingo och lotto finns förutbestämda förhållanden kring hur stor andel av spelinsatser som spelbolagen behåller. Till skillnad från övriga kategorier så medför odds-baserade spel en marknadsrisk för företagen, eftersom en individuell händelse kan resultera i att utbetalningarna till spelarna är högre än spelarinsatserna (Casino City Press, 2019).

En intressant frågeställning är hur omregleringen mer specifikt påverkat produkterna och dess prissättningen i form av återbetalning. Här svarar respondenterna från Bolag 1, ATG, Betsson, Kindred, Svenska Spel, Pixel.bet och PAF att det inte gjorts någon uppenbar justering av denna till följd av omregleringens belastningar. Å andra sidan visar en undersökning av Statskontoret (2021, s. 48) att spelbolagen med licens svarat att bättre odds och högre återbetalning är en trolig anledning till att vissa spelare väljer olicensierade spelbolag framför licensierade. Detta indikerar på att licenshavare har svårare att tillhandahålla en hög återbetalning i deras produkter. Respondent 1 insisterar dock på att en högre återbetalning inte är en rimlig anledning till att kunder väljer att spela på den olicensierade marknaden.

På spelbolagens plattform har också extern teknik behövt implementerats till följd av omregleringen. Hemsidan Spelpaus.se ska ständigt vara uppkopplad till spelbolagens hemsidor för att se till att inga kunder kan logga in om de har stängt av sig via Spelpaus. Ett antal gånger sedan dess implementering 2019 har Spelpaus legat nere, vilket inneburit att kunder inte kan logga in på något av bolagen med svensk licens. Respondenterna från Svenska Spel, Kindred

och Bolag 1 förklarar att denna sårbarhet är oönskad och att det är väldigt problematiskt att vara så beroende av något. Samtidigt menar respondent 10 från Pixel.bet och respondent 11 från PAF att det inte har varit en stor påverkan eftersom det är lika för samtliga licensierade bolag när det sker ett tekniskt fel hos Spelpaus.

Omregleringens konsekvenser på spelbolagens produktutbud kan vara i både positiv och negativ bemärkelse. I ATG:s fall har en helt ny spelkategori i deras utbud möjliggjorts och därmed kunnat etablera sig på en ny marknad. Innan omregleringen var Svenska Spel det enda svenska bolaget som fick erbjuda sport och kasino, och ATG hade endast licens för hästspel. Nu efter omregleringen kunde ATG ansöka om licens och därmed erbjuda både sport och kasino, vilket varit gynnsamt för dem, enligt respondent 2. I många fall uttrycker spelbolagen istället missnöje över omregleringens påverkan på spelutbudet. En del av restriktionerna som omregleringen medfört fokuserar på produkternas tekniska utformning. Tresekundersregeln som nämnts tidigare är ett exempel på det. Inget av intervjuobjekten uttrycker ett starkt missnöje till denna restriktion. Det som istället betonas är det generella fenomenet kring problematiken att regleringarna tillåts påverka på en så pass detaljerad nivå. Exempelvis växer en ny spelform starkt, game shows, som kombinerar olika typer av traditionella spelformer med inslag och inspiration från lekprogram och som ofta sänds live från en studio. Eftersom Spellag (SFS 2018:1138) inte omfattar denna spelform i dagsläget blir den förbjuden att erbjuda, och kunder måste söka sig utanför det svenska licenssystemet för att kunna ta del av denna spelform. Därmed missgynnas konkurrenskraften för spelbolag med svensk licens, enligt respondenterna från Kindred.

Den tillfälliga förordningen om spelansvarsåtgärder under pandemin som trädde i kraft juni 2020 har givetvis också påverkat spelbolagens situation. I covid-19 restriktionerna ingår att spelare måste ange en gräns för hur mycket tid de får spendera hos speloperatören, så att konsumenter får större kontroll över sitt spelande. Flera respondenter lyfter att den här tidsbegränsningen försämrar deras produkter och spelupplevelse. Ofta sätter kunder snabbt den obligatoriska tidsbegränsningen utan vidare eftertanke och fortsätter sitt spelande. Senare upptäcker kunder att de begränsat sig mer än önskat. *“Man streamar en fotbollsmatch eller spelar en pokertävling, och plötsligt slängs du ut från hemsidan på grund av din egensatta tidsbegränsning. Självlärt skapar det frustration hos kunderna”*, säger respondent 3 på Betsson. Även när kunder glömmar logga ut så räknas detta ofta ändå som spenderad tid, vilket är frustrerande för både kunder och spelbolag. *“Helt plötsligt är en kund oavsiktligt utesluten i*

2 månader”, säger respondenter 4 och 5 på Kindred. Vidare förklarar de att detta skadar relationen till kunderna, då de blir irriterade på spelbolaget även fast de inte kan påverka situationen.

Även en insättningsgräns på 5000 kr i veckan per spelbolag medföljer i denna restriktion. Majoriteten av respondenterna från spelbolagen - Bolag 1, ATG, Betsson, Kindred och Svenska Spel - upplever att denna insättningsgräns drabbar spelbolagens verksamhet värst utav de olika delarna i förordningen, och generellt uttrycks ett stort missnöje över insättningsgränsen. Efter att detta har införts så har kanaliseringsgraden sjunkit, samtidigt som det finns starka belägg för att kunders rörlighet mellan spelbolag med svensk licens ökat (Statskontoret, 2021, s.45). Rörligheten misstänks bero på att kunder byter spelbolag när insättningsgränsen nåtts, respondent 11 från PAF säger “Andra spelbolag som har flera licenser, till exempel Cherry-bolagen gjorde ju ett bolag per licens tidigare och det gör i detta fallet att de kan skicka runt spelarna runt sig själva och därmed öka 5000 till 25 000 i veckan om de vill det”. Den ökade rörligheten innebär att spelbolagen både förvärvar och tappas många kunder. Respondenterna från Bolag 1 och Svenska Spel förklarar att de spelbolag som drabbas värst av insättningsgränsen är de som har en stor andel kunder som är storspelare. Vidare säger de att nätkasinon kan anses vara den gren med högst andel sådana kunder. Sammanfattat kan det sägas att den tillfälliga förordningen som gäller under pandemin påverkat produkterna negativt.

Ovan har flera olika perspektiv avhandlats kring hur omregleringen 2019 och pandemi-förordningen påverkat spelbolagens produkter. Detta kan på flera olika sätt kopplas till den teori som arbetet presenterat. En av Porters krafter, *hot från substitut*, är aktuell i flera olika sammanhang. Sårbarheten som medförs i form av licenshavarnas uppkoppling till Spelpaus.se påverkar inte spelbolag utan licens. De gångerna Spelpaus.se ligger nere så kan endast spel ske hos icke-licensierade aktörer. Ju mer den externa tekniken strular, desto större hot utgör därför det tillgängliga substitutet i form av en olicensierad marknad. Detta hot blir också större av att den svenska spelmarknaden inte tillåter speloperatörer att erbjuda vissa produkter, exempelvis game shows. Om substitutet kan erbjuda mer värde för kunderna i form av ett bättre produktutbud, kommer denna marknad öka sin attraktion och därmed utgöra ett större hot gentemot licensierad marknad. Insättningsgränsen och tidsbegränsningen som pandemi-restriktionerna medfört ger också konkurrensfördelar för olicensierade aktörers produkter, då de inte påverkas av dessa begränsningar. Detta ökar i sin tur hotet som substitutet utgör. I förlängningen kommer också ett ökat hot från en substituerande marknad öka kundernas

förhandlingsstyrka. Detta eftersom kunderna kan välja mellan licensierad eller olicensierad marknad och därmed ställa krav på priser och kvalitet. I generella drag kan det konstateras att omregleringen påverkat produkterna negativt ur spelbolagens perspektiv.

I flera fall upplever spelbolagen att de restriktioner och regleringar som tillkommer är ogrundade vad gäller produkterna. I enlighet med *Private Interest Theories of Regulation* verkar inte de reglerande organen ha tillräckligt med information om den marknad som de reglerar. Det finns ingen motiverad förklaring kring varför game shows inte får erbjudas på svensk marknad. Pandemi-restriktionerna har också införts utan vetenskapliga belägg för att ett behov av detta finns. Detta blir olyckligt för spelbolagen då deras verksamheter drabbas negativt av att produkterna som erbjuds begränsas. Det gynnar också olicensierade bolag, vilket drabbar de intressen som både licensgivare och licenshavare har. Dessa tillfälliga restriktioner har, ur spelbolagens synvinkel, påverkat deras produkter negativt.

5.4 Marknadsföring

I följande avsnitt behandlas empirin och resultatet kopplat till frågeställning fyra, rörande spelbolagens marknadsföring efter omregleringen. Det teoretiska ramverket används för att analysera resultatet.

5.4.1 Lagen och måttfull marknadsföring

Hur företag får marknadsföra sig styrs av Marknadsföringslagen (SFS 2008:486). Lagen gäller bland annat vid marknadsföring av produkter, såsom varor och tjänster och gäller oavsett om företaget riktar sin marknadsföring mot konsumenter eller andra företag (Hallåkonsumert, 2019). Spelreklam regleras av dels marknadsföringslagen och dels Spellag (SFS 2018:1138). Spellagen fastslår att marknadsföring av spel till konsumenter ska vara måttfull och inte får riktas särskilt till personer under 18 år (15 kap. 1 §). När spellagen antogs påpekade regeringen att innebörden av måttfullhetskravet ska utvecklas genom rättspraxis. År 2020 hade endast två fall prövats i domstol med anledning av måttfull marknadsföring (SOU 2020:77, s. 21).

De flesta av spelbolagen som intervjuats bekräftar att begreppet måttfullhet var otydligt till en början men att det har blivit tydligare och tydligare. År 2019 dömdes Global Gaming, som äger Ninja Casino, av Patent- och Marknadsdomstolen för att ha brutit mot lagen kring måttfull marknadsföring. Respondent 3 från Betsson säger i sin intervju att domen mot Ninja Casino

bidrog till klarare riktlinjer. Ett exempel som respondenten ger är att de nu vet att det inte är okej att skriva: “spela *nu*”, i sin reklam men att: “spela *här*”, är acceptabelt. Respondent 2 från ATG säger att de redan innan omregleringen hade valt att vara “särskilt måttfulla” i sin marknadsföring trots att det inte är ett lagmässigt krav. Exempelvis har de valt att inte göra reklam för sin kasinoverksamhet utanför sina egna kanaler.

Måttfullhetskravet, vars syfte delvis är att skydda konsumenterna från otillbörlig marknadsföring, bidrar till att kontrollera speloperatörernas reklam. Kravet påverkar alla aktörer på marknaden och medför lugnare retorik och en mer enhetlig spelreklam. I förlängningen innebär det att spelaktörer kan få svårare att differentiera sin marknadsföring på en redan homogen marknad. Hur det påverkar *konkurrens från nya aktörer* kan diskuteras. Å ena sidan kan svårigheterna att differentiera sin reklam leda till att inträdesbarriärerna minskar i linje med Porters (2008) femkraftsmodell då de befintliga aktörerna inte får marknadsföringsmässiga fördelar. Å andra sidan kan det innebära att redan väletablerade företags varumärken blir mer betydelsefulla vilket skulle tala för att inträdesbarriärerna ökar.

5.4.2 Tillsyn av marknadsföring

Den tidigare Lotterilagen (SFS 1994:1000) innehöll inga regler angående marknadsföringens innehåll. Marknadsföringslagen gäller dock även vid marknadsföring av spel om pengar och det är Konsumentverket som innehar det primära ansvaret för tillsynen (SOU 2017:30, s. 197).

Respondent 6 från Konsumentverket berättar att de tydligt märker att marknaden växer efter omregleringen och i samband med den nya spellagen så blev tillsyn av spelbranschens marknadsföring ett prioriterat område från deras håll. De fick ett tillskott i sin budget från regeringen och känner att det finns mycket att göra. Konsumentverket arbetar mycket med löpande tillsyn, alltså de initierade tillsynsärenden där de skickar ut brev till enskilda bolag för att förklara rättsläget och hur de ser på det. Därefter sker brevväxling där bolaget i fråga får yttra sig. Respondent 6 på Konsumentverket berättar att de alltid eftersträvar frivilliga rättelser vid brott mot licensavtalet, men vidtar rättsliga åtgärder när spelbolagen inte rättar sig på egen hand. Även tematisk tillsyn tillämpas där konsumentverket gör större granskningar på området och skriver rapporter för att utreda rättsfrågor som behöver klargöras.

Statskontoret (2021, s. 132) förklarar i sin senaste delrapport att Konsumentverket hittills inte upplever att tillsynen fungerar normerande för hela branschen i samma utsträckning som för

andra tillsynsområden. Detta i kombination med många aktörer på spelmarknaden har lett till att Konsumentverket tror att mer tematisk tillsyn framöver kan få ett bredare genomslag på branschen. Enligt Statskontorets (2021, s. 17) så har de licensierade bolagen blivit bättre på att följa lagen vad gäller spelansvar och marknadsföring, när de jämför år 2020 med året dessförinnan. Respondent 1 på bolag 1 anser att Konsumentverket är i framkant vad gäller sin kommunikation och vill se att Spelinspektionen tar lärdom av det. I vår intervju med Spelinspektionen berättat respondent 7 att de under 2021 lägger ett större fokus på dialog med spelbolag.

Det kommunikationsgap som finns mellan tillsynsmyndigheterna och spelaktörerna kan ses som en faktor som påverkar Porters krafter. Bristfällig kommunikation kan påverka *konkurrensen mellan befintliga aktörer* till en hög grad då aktörer kan anse att de har tillgång till olika mycket information gällande de regler som måste följas vad gäller marknadsföring. Vidare kan det leda till att konkurrenssituationen blir snedvriden och att somliga aktörer gynnas eller missgynnas vad gäller sin konkurrenskraft. Ytterligare en konsekvens av obeständig kommunikation är att onödiga rättsliga åtgärder vidtas vilket blir kostsamt för alla parter både i monetära termer och sett till hela marknadens rykte.

Ojämna kommunikationsflöden kan även kopplas till regleringsteorin *Public Interest Theory*, där en reglering tillhandahålls för att korrigera orättvisa eller ineffektiva marknadsmetoder för allmänhetens bästa. Utifrån den kan obalansen av information vara ett tecken på att regleringen inte uppfyllt sitt initiala syfte. Om så är fallet kan det diskuteras huruvida tillsynsmyndigheterna och regeringen innehar en neutral position och lyckas väja sina egenintressen. Ett annat sätt att se på det är att *Public Choice*-teorin är applicerbar och begreppet *rent seeking*. Infallsvinkeln blir då att ett nära samarbete som kan uppstå mellan aktörer och tillsynsorgan kan medföra risker. Till exempel att vissa spelaktörer skulle försöka söka fördelar genom att få tillgång till mer information än sina konkurrenter, eller andra typer av fördelar, och på så vis få konkurrensfördelar och kunna öka sin lönsamhet utan att bidra med något av värde. Det finns däremot inget som tyder på att detta sker mellan aktörer inom spelbranschen i dagsläget.

5.4.3 Bolagens marknadsföring

Respondent 4 och 5 från Kindred belyser att många aktörer försökte ta marknadsposition inför och under det första halvåret efter omregleringen. Då bolagen inte tidigare haft möjligheten att marknadsföra sig så pass fritt, lade de flesta bolagen stort fokus på att marknadsföra sig.

Ökningen visade sig tydligt då marknadsföringen på många former av medier spårade ur och mängden spelreklam skapade irritation i samhället och i politiska diskussioner. Även respondent 8 på Svenska Spel, som jobbade på Leo Vegas när regleringen trädde i kraft, berättar att det strax efter omregleringen var mycket diskussioner kring marknadsföringen, måttfullhet och att alla spelbolag *“blåste på”*.

Många spelbolag vittnar om att de vill göra rätt ifrån sig marknadsföringsmässigt men att det ibland kan vara svårt när reglerna är oklara. Respondent 6 på Konsumentverket berättar att många bolag är måna om att göra rätt ifrån sig och att fel oftast beror på osäkerhet i hur lagen ska appliceras. Med grund i det så har de påbörjat ett arbete kring att ta fram allmänna råd rörande bland annat måttfullhet då de upplevt att branschen efterfrågar det. *“Förhoppningsvis skickas den ut på remiss efter sommaren”*, säger respondent 6 från Konsumentverket.

Historiskt har spelbolag använt bonusar som en stor del i sin marknadsföring. Tidigare har det inte funnits några större begränsningar kring utformningen av ett bonuserbjudande. Sedan omregleringen får endast en bonus erbjudas per kund vid första speltillfället. Tidigare var bonuserbjudanden en nyckelfaktor för att inte bara locka nya kunder, utan också få dem att fortsätta sitt spelande (Asp et. al, 2019). Därav kan inte bonuserbjudanden riktas till kunder kontinuerligt efter registreringen, och möjligheten att använda bonusar för kundretention försvinner därför.

I Konsumentverkets granskning av marknadsföringen av spel som publicerades den 27 juni 2019, framgår det att de funnit stora brister i spelbolags efterlevnad av de nya bonusrestriktionerna. Bland annat förekom erbjudanden som riktade sig till befintliga kunder och bolag som erbjöd bonusar veckovis (Konsumentverket, 2019). Statskontoret (2021, s. 9) skriver att spelbolagen generellt sett har blivit bättre på att följa de regler som finns gällande bonuserbjudanden. Inget av våra intervjuobjekt uttrycker att bonuserbjudanden är ett avgörande element i deras marknadsföring sedan omregleringen. Detsamma gäller det bonustak som införts på 100 kr i och med de restriktioner som tagits fram på grund av covid-19. Däremot nämner respondent 8 från Svenska Spel att bonuserbjudanden generellt är viktigare och mer använt vid kundanskaffning som ny aktör på marknaden jämfört med ett mer etablerat bolag. Respondent 3 på Betsson förklarar på liknande vis att bonusbegränsningen samt bonustaket inte påverkat dem nämnvärt. *“Som ett stort och välkänt varumärke är vi inte lika beroende av att tjata in bonus eller något.”* Dock så visar en enkätundersökning gjord av Statskontoret (2021,

s. 48) att spelbolagen med svensk licens anser att mer attraktiva bonuserbudanden är den största anledningen till att vissa spelare väljer bort licensierade spelbolag och istället spelar på olicensierad marknad.

Bonusregleringen kan kopplas till Porters femkraftsmodell och kraften *konkurrens från nya aktörer*. Det kan ses som att en inträdesbarriär skapas då bonusregleringen främst påverkar nya aktörer som går in på marknaden som försöker ta marknadsandelar. De uppgifter som presenteras i Statskontorets (2021) senaste rapport tyder istället på att bonusregleringen ökar *hotet från substitut* då olicensierade bolag kan tillhandahålla mer attraktiva bonuserbudanden. Enligt Porter kan marknadens lönsamhet påverkas negativt av detta hot. Det ökade hotet från substitut kan i förlängningen innebära att både kunder och nya spelbolag hellre söker sig till den olicensierade marknaden för att de inte ser potentiell vinning eller lönsamhet med att träda in på den licensierade marknaden.

Som både respondent 3 från Betsson och respondent 8 från Svenska Spel nämner så har de fördelar med anledning av deras välkända varumärken. Inom Porters teori och kraften *konkurrens från nya aktörer* så kan detta kopplas till inträdesbarriären *befintliga aktörers fördelar oberoende av storlek*. Med hjälp av deras väletablerade varumärken så minskar konkurrensen från nya aktörer.

5.4.4 Mediekanaler

Omregleringen medförde att det blev lagligt för licensierade bolag att marknadsföra sig mot den svenska marknaden. Reklam som tidigare sänts på utländska tv-kanaler kunde visas på svenska kanaler, sociala medier och i tidningar. *“Nu är det större konkurrens på sociala medier i och med att alla har tillåtelse att göra det”*, säger respondent 2 från ATG. Respondent 3 från Betsson förklarar möjligheten att få använda fler marknadsföringskanaler gynnar både dem och allmänheten. Istället för att genomföra massreklam kan reklaminsatserna vara mer riktade och relevanta, exempelvis genom att rikta hockey-odds till en hockeygrupp på Facebook och inte försöka nå hela det svenska folket.

Tidigare var det endast Svenska Spel och ATG som fick marknadsföra sig på samtliga mediekanaler. Respondent 8 på Svenska Spel uttrycker sig positivt kring den nu mer fria konkurrensen på de olika mediekanalerna mellan licensierade spelbolag. Vidare anser respondenten att det är positivt för en organisation att utsättas för konkurrens och att det hjälper

till att driva dem framåt samtidigt som organisationens egen vilja att förändras och utvecklas är väldigt viktig.

Respondent 1 från Bolag 1 berättar att många aktörer börjat använda sig mer och mer av sökmotorannonsering och sociala medier medan annonser i de mer traditionella medierna minskat mycket. Detta bekräftas i Statskontorets senaste delrapport om spelmarknaden (2021, s. 9). Under 2020 menar de att *“Utgifterna för spelreklam i traditionella medier har halverats jämfört med 2018”*. Respondent 4 och 5 från Kindred håller med om att en viss förflyttning har skett sett till vilka marknadsföringskanaler som används idag jämfört med innan omregleringen. Däremot anser de att *“[...] andelen av marknadsföringsbudgeten som går in i tv är överhängande”*.

Att enbart licensierade spelbolag nu får marknadsföra sig mot den svenska marknaden innebär att Porters kraft *hot från substitut* minskar. Anledningen är att olicensierade bolag förbjuds att rikta sin reklam till svenska konsumenter och därmed har svårare att ta marknadsandelar. Ett lågt hot från substitut är positivt för marknads lönsamhet menar Porter. I vardagslivet kommer kunder i kontakt med licensierade bolags reklam till en högre grad än de olicensierade bolagens reklam. Därmed kan uteslutandet av olicensierade bolags marknadsföring även antas påverka kanaliseringsgraden positivt.

Vidare så påverkas också *kundernas förhandlingsstyrka*, ytterligare en av Porters krafter, av de öppna marknadsföringsmöjligheterna. Kunder kommer i kontakt med fler aktörers spelreklam och kan därmed anses få mer valmöjlighet jämfört med när de endast exponeras för ett fåtal spelsajter. Nya aktörer kan antas ha samma tillgång till distributionskanaler av spelreklam som befintliga aktörer. Enligt Porter innebär detta att inträdesbarriären sänks utifrån ett marknadsföringsperspektiv. Däremot kan konkurrensen om spelannonser på diverse mediekkanaler leda till ökade priser. Om så är fallet ökar aktörernas kostnader vilket innebär ett högre *krav på kapital* för alla aktörer på marknaden, något som höjer inträdesbarriären.

5.5 Relation till kunder och leverantörer

I följande avsnitt redogörs hur spelbolagens relationer till kunder och leverantörer förändrats i samband med omregleringen, och hur kommunikationen mellan aktör och kund upplevs.

5.5.1 Omregleringens påverkan på kundrelationer

Den nya spellagen reglerar konsumentskydd mer än tidigare. Spellagen innehåller högre krav på att spelföretagen skall skydda spelare mot överdrivet spelande enligt omsorgsplikten (14 kap. 1§), samt nya restriktioner om bonuserbjudande. För att uppfylla spellagens krav på kundkännedom och spelansvar bör spelföretagen samla in omfattande uppgifter om sina kunder. Uppgifter från Statskontorets visar att spelföretag har förbättrat omsorgsarbetet under 2020 i form av att fler spelare har kontaktats vid överdrivet spelande (Statskontoret, 2021). Spelföretagen själva beskriver att det område där de utvecklats som mest på när det kommer till spelansvar omfattar omsorgspliktens mål. Trots detta nämner Statskontoret att många spelföretag upplever omsorgsplikten som otydlig, då Spelinspektionen endast förtydligat hur spelföretag ska arbeta i viss utsträckning. Spelmarknadsutredningen har, enligt Statskontoret (2021), pekat på vikten av att Spelinspektionen fokuserar på arbetet med omsorgsplikten, vilket har påbörjats då Spelinspektionen har inlett ett arbete med tydligare riktlinjer.

Enligt Statskontorets (2020) utvärdering av omregleringen har förtroendet och kundnöjdheten ökat något det första året efter omregleringen. Trots detta ligger kundnöjdheten fortfarande på en generellt låg nivå. En undersökning från Spelbranschens Riksorganisation (Sper), som undersökt anseende och kundnöjdhet genom Svenskt Kvalitetsindex (SKI), visar att det samlade betyget för spelbranschen låg på 58 under 2019. Betyget har under 2020 stigit till 64 på samma skala (Statskontoret, 2021). SKI använder indexskalan mellan 0 och 100, och ett betyg under 60 innebär att en bransch har låg kundtillfredsställelse (Statskontoret, 2020). Trots att betyget stigit och tyder på en förbättring, är den fortsatt relativt låg. Detta kan eventuellt kopplas till datainsamling om spelares spelbeteende, då uppgifter visar att var fjärde person uppfattade datainsamlingen som ett intrång i den personliga integriteten under 2019 (SOU, 2020).

Å andra sidan anser respondent 2 från ATG att en insamling av dokumentation från kund inte är en nackdel för kundrelationer. ATG menar att för att spelbolagen skall vara hållbara och långsiktiga är det bra att de ser till att kunderna mår bra. Respondent 3 från Betsson är inne på samma spår och förklarar att relationen till kunder blir bättre i det långa loppet. Respondenten berättar att begränsningen av bonusar resulterat i att de idag måste satsa mer på en bra produkt och en hållbar relation för att få kunder att bli nöjda och stanna hos dem. Detta stöds av Bauer et al. (2002) som menar att marknadsföringsaktiviteter inom spelmarknaden har övergått till ett

paradigm som syftar på att företagets framgång bygger på att öka lönsamheten i redan befintliga kundrelationer och en förlängning av dessa. Vikten av att samla information om partners och skapande av en atmosfär av förtroende, engagemang och tillfredsställelse har därmed ökat markant för upprätthållandet av kundrelationerna (Bauer et al., 2002). Respondent 2 från ATG berättar vidare att, för att bibehålla en stark relation till kunderna, försöker de genomföra inhämtningen av uppgifter så smidigt som möjligt och tror att kunder i längden kommer känna sig trygga i sitt spelande med detta system. Respondent 8 från Svenska Spel menar att, för att undvika att kraven på dokumentation stör spelupplevelsen, är det viktigt att vara skarp och inte för bred i kategoriseringen av kunder. Att kräva kunder på överflödigt dokumentering och kommunikation, som inte gör nytta för kunder, bör undvikas. Det gäller alltså att hitta rätt balans mellan kommunikation som är nödvändig och kommunikation som är överflödigt. Genom att hitta denna balans, och därmed öka kundvärdet, har kunden möjlighet att involveras mer i den starkt produktorienterade spelbranschen och inte hitta vägar in till substitut - den olicensierade marknaden.

Kopplat till Porters femkraftsmodell kan det sägas att omregleringens påverkan på kundrelationer framförallt berör kraften *kundernas förhandlingsstyrka*. Kundernas förhandlingsstyrka utgör ett allvarligt hot mot spelbranschen. Kunder kan vara selektiva om var de spenderar sina pengar och har ett stort utbud av spelbolag inom branschen. Trösklarna för att byta spelsajter är små på den konkurrensutsatta marknaden, då det finns ett stort utbud av spelföretag med lika produkter och då det är enkelt att skapa nya konton på nya sajter. Dessutom kan den tillfälliga insättningsgränsen och bonustaket ge konsekvensen att spelare väljer att ha flera aktiva konton samtidigt (Statskontoret, 2021). Ett missgynnsamt spelande och otillräckliga erbjudanden kan därför bidra till att spelbolagen tappar kunder. Detta understryks i samband med frånvaron av bonusar, som tidigare varit ett relationsfrämjande och därmed värdeskapande verktyg. Porter behandlar så kallade mikronivå-krafter utöver de fem huvudsakliga krafterna. Bland dessa ingår styrkan av *emotion* som enligt Porter handlar om i vilken utsträckning köpet är emotionellt eller inte. Begränsningen av erbjudanden och den låga kundtillfredsställelsen kan därför vara motiv för att den emotionella kraften kan uppfattas vara relativt låg på den svenska spelmarknaden.

5.5.2 Leverantörsrelationer - Införande av eventuell B2B-licens

Respondent 4 och 5 på Kindred förklarar att en utmaning med kanaliseringen är att det finns en stor obalans mellan marknaderna. En operatör som ställt sig utanför licenssystemet kan idag

erbjuda helt andra produkter och produktfördelar, utan de tekniska krav som licenserade bolag tvingas följa. Enligt respondent 4 och 5 är en möjlig lösning på problemet att införa B2B-licenser. Detta innebär att även spelleverantörer eller betalningsleverantörer och andra delar av industrin regleras. Därmed förhindras leverantörernas möjlighet att leverera tjänster till bolag utan licens. Respondent 1 är inne på samma spår och menar att en B2B-licens är en god start för att lösa problemet kring kanaliseringsgraden på den svenska marknaden. Respondent 1 berättar vidare att det finns ett begränsat antal spelleverantörer, och genom att reglera dessa så försvåras möjligheten för olicensierade speloperatörer att bedriva verksamhet på svensk marknad. Lotteriinspektionen (2015) förklarar vidare att införandet av en B2B-licens hade säkerställt en rättvis marknad och rättvis kundupplevelse med mekanismer för att kontrollera, bibehålla eller tillrättavisa samt se till att kunder skyddas mot oseriösa näringsidkare som har syftet att utnyttja dem.

Spelicensutredningens betänkande *"En omreglerad spelmarknad"* (SOU 2017:30) föreslog att ett licenskrav för underleverantörer skulle innebära en större kontroll över leveranskedjan för tillsynsmyndigheten, en reducerad administrativ börda för spelbolagen, en begränsning av olicensierade spelföretags tillgång till spelprogramvara samt ett omöjliggörande av underleverantörers möjlighet att tillhandahålla tjänster till spelföretag utan svenska myndigheters vetskap (SOU, 2020). Förslaget fick viss kritik av spel-programvaruutvecklare, bl.a. NYX Gaming Group och Evolution Gaming Group. Bolagen ansåg att ett licenskrav för underleverantörer skulle riskera en otydlig ansvarsfördelning mellan spelföretagen och underleverantörerna, vilket därmed skulle reducera myndighetens möjlighet att utöva tillsyn över efterlevnaden av lagen. Å andra sidan var vissa remissinstanser, bland annat Sper, positiva till ett licenskrav. Ett licenskrav skulle enligt Sper öka ordningen på marknaden, men de menar vidare att kraven bör tydliggöras för att en sådan licens skall kunna genomföras (SOU, 2020).

Regeringen valde att inte lägga fram något förslag om B2B-licenser, då de ansåg att det fanns oklarheter i utredningens förslag kring vilka krav som bör gälla för licens. Regeringen utesluter dock inte tillståndskravet i framtiden, då det skulle kunna försvåra olicensierade spelföretags möjlighet att hitta samarbetspartners och därmed bidra till en ökad kanalisering på marknaden (Riksdagen, 2020).

Kopplat till Porters femkraftsmodell skulle ett införande av en B2B-licens beröra *leverantörernas förhandlingsstyrka*. Eftersom ett relativt litet antal underleverantörer till stor del förser spelmarknaden med spelprogramvara samt att många av dem har unika produkter,

anses underleverantören ha en stark position. Införandet av en B2B-licens hade lett till att spelleverantörerna får ett färre antal kunder och att de blir mer beroende av de licensierade speloperatörerna vilket minskar *leverantörernas förhandlingsstyrka*. Vidare hade det även betytt att de olicensierade aktörerna får ett sämre utbud av spel och tjänster vilket i sin tur minskar *hotet från substitut*.

6. Hållbarhetsreflektion

Tidigare i arbetet har fem utvalda mål från FN:s Agenda 2030 presenterats. I detta avsnitt relateras dessa mål till det resultat som presenterats i arbetets *Empiri & Analys*. Målen som valdes ut är:

- 3: God hälsa och välbefinnande
- 10: Minskad ojämlikhet
- 12: Hållbar konsumtion och produktion
- 16: Fredliga och inkluderande samhällen
- 17: Genomförande och partnerskap

Spelberoende är ett problem som relaterar till mål 3 och mål 10 eftersom spelberoende bidrar till psykisk ohälsa och att de ofta drabbar de lägre samhällsklasserna och innebär att resurser flyttas från lägre samhällsklasserna till högre. Omsorgsplikten är ett direkt verktyg för staten att, genom omregleringen, bidra till de två målen. Resultatet från studien visar att omsorgsarbetet bland bolagen har ökat efter 2019 och att flertalet spelbolag säger att det är det området där mest utveckling sker. Samtidigt menar flertalet spelbolag att omsorgsplikten är otydlig, något som försvårar deras arbete för att skydda spelare, vilket kan leda till att spelare väljer att spela på olicensierade bolag där de saknar konsumentskydd.

Fokuset angående mål 12 är gällande uppmuntran till hållbarhetsredovisningar och kopplas till spelmarknaden eftersom det skulle öka transparensen inom branschen. Resultatet från den här studien relaterar inte till just hållbarhetsredovisningar, men flertalet av spelbolagen menar ändå på att omregleringen är ett steg i rätt riktning för att öka transparensen på marknaden.

Brotten matchfixning och penningtvätt är kopplade till både spelmarknaden och mål 16. Regeringen har genom omregleringen och spellagen kriminaliserat bland annat matchfixning och försvårat penningtvätt eftersom spelbolagen måste föra dokumentering. Spelbolagen nämner att Spelinspektionen inte gör nog för att hantera olicensierade aktörer där det är lättare att bedriva kriminell verksamhet. Spelinspektionen säger att de under 2021 kommer ha fokus på olagligt spelande och säger att omregleringen bidrar till bättre konsumentskydd.

Det sista målet gällande “Genomförande och partnerskap” kan främst relatera till kommunikationen som finns mellan reglerade spelbolag och tillsynsmyndigheterna samt regeringen. Studien visar att det finns ett gemensamt missnöje bland spelbolagen över hur kommunikationen och riktlinjerna för omregleringen såg ut när den trädde i kraft 2019. Därefter har det förbättrats, men det finns mycket kvar att göra menar spelbolagen.

Sammanfattningsvis finns det en koppling mellan resultatet av studien och de utvalda globala målen bortsett från mål 12 “Hållbar konsumtion och produktion”. Mycket är kopplat till omsorgsplikten och skillnaden på hur spelbolagen och tillsynsmyndigheterna samt regeringen ser på marknaden.

7. Slutsats

Hur har omregleringen påverkat den svenska spelmarknaden i sin helhet? Sedan omregleringen har den licensierade marknaden inte vuxit märkbart förutom de sista kvartalen under 2019 och 2020 då det har varit tillfälliga höjder. Utstickaren är ATG som under perioden efter regleringen haft en stark tillväxt, men förklaringen kan vara att de fortsatte bedriva trav medan andra sporter stängde ner till följd av covid-19. Dock skiljer sig tillväxten per spelform och det är tydligt att onlinespel växt medan övriga spelformer stagnerat eller haft en negativ tillväxt. Sedan omregleringen och covid-förordningen har inte de digitala spelbolagen haltat utan tvärtom tagit en starkare position på marknaden.

Kanaliseringen uppskattas till olika nivåer beroende på undersökningen av H2 Gambling Capital eller Copenhagen Economics. Det finns en stark tro bland spelbolagen att kanaliseringen är ännu lägre än vad båda undersökningarna uppskattar. Målsättningen med en kanaliseringsgrad på 90% efter omregleringen har inte uppnåtts oavsett vilken undersökning man kollar på. En av de huvudsakliga anledningarna till att spelare väljer olicensierade spelbolag kan tänkas vara bättre bonus- och välkomsterbudanden.

Kommunikationen menar spelbolagen är enkelriktad från regeringen och tillsynsmyndigheter. Det finns expertkompetens inom branschen som regeringen inte tar hänsyn till när de fattar beslut. I Spelinspektionens dialog med spelbolagen upplevs det som att de fokuserar mer på att straffa licensierade bolag istället för att förhindra olicensierat spel. Spelbolagen ser en tätare kommunikation mellan dem själva, Spelinspektionen, forskarvärlden och spelleverantörerna som en väg framåt.

Hur har spelbolagens kostnader påverkats av omregleringen? De olika förändringarna i skatt har påverkat bolagen olika. För Svenska Spel kan det sägas att de nu, till skillnad från tidigare, behöver betala punktskatt. Totalt sett kommer dock det statligt ägda bolaget generera lika mycket intäkter till staten som innan omregleringen, så denna punktskatt innebär endast en förändring i vilken väg som staten inkasserar intäkterna. Därmed kommer dess konkurrenskraft inte att drabbas till följd av skatteförändringarna. ATG har påverkats positivt av skatteförändringarna då de betalar mindre skatt efter omregleringen. Övriga aktörer som sökt svensk licens efter omregleringen får nu betala en spelskatt på 18%, något de tidigare inte behövt göra. Den ökade skatten för de bolagen försämrar deras lönsamhet vilket leder till en

minskad konkurrenskraft och att hotet från olicensierade aktörer ökar. Sverige har valt en relativt låg skattesats jämfört med andra länder, vilket borde kunna ge möjlighet till en hög kanalisering och som därmed gjort att spelskatten inte väckt särskilt stor debatt.

I och med omregleringen 2019 så har kostnader för compliance ökat för bolagen. Detta kopplat till olika delar såsom efterlevnad av omsorgsplikten, motverkande åtgärder för penningtvätt och investering i teknik. Kostnader som exempelvis är hänförliga till omsorgsplikten menar de flesta av bolagen är bra då det är en viktig del i den nya regleringen. Samtidigt så kan de ökade kostnaderna leda till att hotet från olicensierade aktörer ökar samt att de större bolagen får en konkurrensfördel då de har mer resurser än ett mindre bolag och att det ger upphov till compliance-relaterade stordriftsfördelar. De ökade kostnaderna måste alltså vägas mot de fördelar som aktörer med licens får gentemot olicensierade aktörer för att upprätthålla en attraktiv marknad och i längden en hög kanalisering.

Hur har spelbolagens produkter påverkats av omregleringen? Vad gäller spelbolagens produkter kan det generellt konstateras att de påverkats negativt av omregleringen och även av pandemi-förordningen, sett till spelbolagens intressen. Hur omregleringen specifikt påverkat prissättningen av spelbolagens produkter, i form av dess återbetalning, finns det inget tydligt svar på. Samtidigt som spelbolagen i intervjuer förklarar att återbetalningen inte påverkats av omregleringen, så förklaras det i andra undersökningar att spelbolag utan licens kan erbjuda bättre återbetalning. Tydligare besked ges kring hur införandet av extern teknik i form av Spelpaus påverkat speloperatörerna. Vid ett tekniskt fel på Spelpaus plattform så är endast olicensierade hemsidor öppna för svenskar, vilket gör licensierade spelbolags produkt sårbar. Vad gäller produktutbudet så har olika aktörer påverkats olika av omregleringen. För ATG innebär den nya spellagen att de kunde lägga till sport och kasino i sitt produktutbud, utöver travspelen som erbjudits sedan tidigare. För övriga aktörer som fått licens innebär omregleringen istället att begränsningar tillkommit i vad som får erbjudas. Nya spelformer som hamnar utanför spellagens omfattning är ej tillåtna, vilket missgynnar de licensierade spelbolagen. Särskilt eftersom den olicensierade marknaden då kan erbjuda ett bredare produktutbud.

Förordningen som gäller under pandemin har också påverkat spelbolagens produkter. Tidsbegränsningen som ingår försämrar produkterna och upplevelsen. Hos kunderna skapar denna frustration och därmed skadas relationen mellan kunder och spelbolag med svensk licens.

Insättningsgränsen på 5000 kr per vecka som också ingår i förordningen drabbar spelbolagen ännu värre. Särskilt för licenshavare som har en stor andel storspelare som kunder, samt de som förlitar sig mycket på sina kasino-kunder. Insättningsgränsen har också ökat rörligheten hos kunder mellan spelbolagen, vilket gör att de både tappar och vinner kunder i en högre grad.

Hur har spelbolagens marknadsföring påverkats av omregleringen? Regleringen av spelreklam har inneburit dels begränsningar men även nya möjligheter för licensierade spelbolag. Begränsningar i form av bland annat införandet av *måttfull marknadsföring*, vilket resulterat i stora begränsningar i spelbolagens kommunikation mot kunder. Dessutom ansåg många aktörer att begreppets diffusa karaktär initialt åstadkom förvirring. Efter omregleringens införande överskreds reglerna i högre grad på grund av okunskap och den hausse som uppstod när alla spelbolag ville inta position på den nya marknaden. En av möjligheterna som den nya lagstiftningen presenterat är öppnandet av mediekkanaler, riktade åt det svenska folket, för alla licenshavare. Att illegala aktörer stängs ute från marknadsföringskanalerna innebär att hotet från den olicensierade marknaden minskar. Det medför konkurrensfördelar för alla licenshavare och leder samtidigt till ett ökat konsumentskydd då färre spelare exponeras för olicensierade bolags spelreklam. Därmed kan det konstateras att uteslutningen gynnar folkhälsan, kanaliseringen och samtliga licensierade bolag.

Bonusbegränsningen har påverkat nya och mindre aktörer på spelmarknaden i en större utsträckning än större etablerade företag. Detta medför ökade inträdesbarriärer vilket minskat nya aktörers konkurrenskraft på marknaden.

Konsumentverkets kontroll över spelbolagens marknadsföring har ökat jämfört med innan omregleringen vilket har resulterat i fler tillsynsärenden och en högre efterlevnad. Flera intervjuobjekt har uttryckt sig positivt vad gäller Konsumentverkets kommunikationsinsatser och vill se att Spelinspektionen tar efter deras exempel. Efterfrågan kan komma att mötas då Spelinspektionen valt att fokusera mer på dialog och förtydliganden av spellagen under 2021.

Hur har spelbolagens relation till kunder och leverantörer påverkats av omregleringen? Generellt kan det sägas att kundnöjdheten ökat en aning och spelarna är något mer nöjda med erfarenheterna av spelmarknaden efter omregleringens införande. Trots detta är betyget enligt SKI fortsatt lågt och pekar på att det finns utvecklingsområden. Dessutom är det för tidigt att dra några slutgiltiga slutsatser när det gäller kundnöjdhet och relationsfrämjande verktyg, då

förändringen är relativt liten och det ännu gått kort tid sedan omregleringen. Det som kan konstateras är att den offentliga kontrollen ökat och konsumentskyddet förbättrats i flera avseenden. Betydligt fler spelbolag har nu skyldigheten att följa svensk lag och kontrolleras av tillsynsmyndigheterna Spelinspektionen och Konsumentverket. Omsorgsplikten som innebär att spelföretagen ska motverka överdrivet spelande har å andra sidan en del utvecklingsområden, då många spelföretag anser att den är otydlig. Enligt spelbolagen hade omsorgsplikten fungerat bättre om förväntningarna och kraven blev tydligare. Att Spelinspektionen inlett ett arbete med syftet att förtydliga omsorgsplikten förväntas därmed ge tydligare riktlinjer för spelbolagen att följa.

Omdömet kring den personliga integriteten och hanteringen av personuppgifter skiljer sig mellan kund och spelbolag. Trots att statistik visar att var fjärde kund uppfattat datainsamlingen som ett intrång i den personliga integriteten, anser flertalet av respondenterna från våra intervjuer att datainsamlingen är gynnsamt för långvariga relationer till kunder. Respondenterna trycker på att det viktigaste är att insamlingen sker så smidigt som möjligt och ligger på en lämplig nivå.

Gällande införandet av en eventuell B2B-licens, anses förslaget vara en möjlig åtgärd för att höja kanaliseringsgraden, då det talar för en motverkning av olicensierade spelföretags tillgång till spelprogramvara. Spelleverantörerna hade fått ett mindre antal kunder och därmed blivit mer beroende av speloperatörer med svensk licens. För att en sådan licens skall erhållas krävs dock att utredningens förslag och kraven för licensen tydliggörs. Regeringen utesluter inte tillståndskravet, och därmed kan B2B-licenser bli aktuellt i framtiden.

8. Förslag på vidare forskning

Denna studie har främst fokuserat på hur omregleringen 2019 påverkat marknaden som helhet och spelbolagen i synnerhet. Vidare hade det varit relevant för framtida studier att studera hur omregleringen påverkat kunderna på en mer detaljerad nivå för att få en bättre helhetsbild. Exempelvis krävs djupare förståelse kring hur problemspelande utvecklats och om omregleringen faktiskt fått någon effekt på det området. Även om studien tar upp en del kring relationer med myndigheter och lagstiftare så finns det även behov att undersöka hur omregleringen påverkat staten och myndigheterna ytterligare.

Eftersom denna studie endast undersökt påverkan på spelbolagen drygt två år efter omregleringen så behövs mer forskning längre fram för att kunna dra slutsatser om de mer långsiktiga effekterna. I samband med covid-19 restriktionerna som tillkommit så har även effekterna av omregleringen 2019 blivit mer diffusa då marknaden påverkats utöver det vanliga. I dagsläget står det inte klart om vissa av covid-19 restriktionerna kommer bli kvar på sikt samtidigt som det är alldeles för tidigt att dra några långsiktiga slutsatser av dessa.

Denna studie har fokuserat på en specifik marknad, men problemet kan formuleras om till en bredare frågeställning kring hur reglering av en digital marknad kan utformas på ett adekvat sätt. Det finns i dagsläget en begränsad forskning på teoretiska ramverk som kan användas för att analysera reglerade digitala marknader. Teori kring detta hade varit till nytta för att undvika den situation som uppstått på den svenska spelmarknaden, där illegala aktörer lyckas ta en betydande marknadsandel.

Referenslista

- 1177 Vårdguiden (2020). *Spelberoende – hasardspelsyndrom*. Västra Götalandsregionen.
<https://www.1177.se/Vastra-Gotaland/sjukdomar--besvar/psykiska-sjukdomar-och-besvar/beroende-och-skadligt-bruk/hasardspelsyndrom--spelberoende/>. hämtad 2021-02-04
- Asp, C., Inaeus, M., & Norman, F. (2019). *Spelbranschens nya verklighet*. Lunds Universitet.
<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1330327/FULLTEXT01.pdf>
- Ballebye Okholm, H. (2016). *Licensing System For Online Gambling*. Copenhagen Economics.
<https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/8/368/1478078895/copenhagen-economics-2016-licensing-system-for-online-gambling.pdf>, hämtad 2021-05-10
- Bauer, H. H., Grether, M., Leach, M., (2002). Building customer relations over the Internet. *Industrial Marketing Management*. Förhandspublicering online.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850101001869>
- Brymans, A., Bell, E., & Harley, B. (2018). *Business Research Methods* (5 uppl.). New York: Oxford University Press.
- Carlström, I., Carlström-Hagman, L. (2007). *Metodik för utvecklingsarbete och utvärdering* (5 uppl.). Lund: Studentlitteratur AB.
- Chernomas, R., & Hudson, I. (2017). *The Profit Doctrine: Economists of the Neoliberal Era*. London: Pluto Press. doi:10.2307/j.ctt1jksbd
- Copenhagen Economics (2020). *Kanaliseringen på den svenska marknaden för onlinespel*.
https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Filelibrary/file/3/303/1593528937/copenhagen-economics_kanaliseringgen-paa-den-svenska-marknaden-for-onlinespel.pdf.
hämtad: 2021-04-09
- Deegan, C. & Unerman, J. (2011) *Financial Accounting Theory*, European Edition, Berkshire: McGraw-Hill Education
- Eilard, A., Månsson, E., Lundberg N. (2017). *Omreglering av den svenska spelmarknaden – en marknadsföringsmässig game changer?*. [Examensarbete, Lunds Universitet]. Lund University Publications.
<https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8928761&fileId=8928762>, hämtad 2021-02-04.
- Eriksson, L.T., Wiedersheim-Paul, F., “*Rapportboken*”, (2008), Malmö: Liber. hämtad 2020-02-02
- Finansdepartementet. (5 april 2018). *Spelmarknaden omregleras - ett licenssystem införs*.
<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2018/04/spelmarknaden-omregleras---ett-licenssystem-infors/>

Finansdepartementet. (27 januari 2021). *Om regeringens arbete med en omreglerad spelmarknad*. <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/spelpolitik/om-regeringens-arbete-med-en-omreglerad-spelmarknad/>, hämtad 2021-02-04

Folkhälsomyndigheten. (16 augusti 2020a). *Omsättning på spelmarknaden*. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/spelprevention/statistik/omsattning/>, hämtad 2021-02-05

Folkhälsomyndigheten. (17 december 2020b). *Spelreglering*. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/spelprevention/om-spelproblem/spelreglering/>, hämtad 2021-02-02

Folkhälsomyndigheten. (20 april 2021). *Spelreklam och marknadsföring*. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/spelprevention/om-spelproblem/spelreklam-och-marknadsforing/>, hämtad 2021-05-09

Förordning (2018:1476) med instruktion för Spelinspektionen. Finansdepartementet OU. https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forordning-20181476-med-instruktion-for_sfs-2018-1476

Grundy, T. (2006). Rethinking and reinventing Michael Porter's five forces model. *Strat. Change*. 15: 213-229. <https://doi.org/10.1002/jsc.764>, hämtad: 2021-04-08

Hallåkonsument. (2019). *Marknadsföringslagen*. <https://www.hallakonsument.se/lagar/marknadsforingslagen/>, hämtad 2021-03-31

Ibrahim, N., Banfield, R. (2014). *Spelberoende – Vad står på spel?*. [Vetenskapligt arbete i socialt arbete, Göteborgs Universitet]. Göteborgs universitets publikationer. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/40711/1/gupea_2077_40711_1.pdf, hämtad 2021-02-04.

Jinks, C. (2018). "Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization", *Quality & Quantity*, 52(4), ss.1893-1907. DOI:10.1007/s11135-017-0574-8., hämtad 2021-02-02.

Joskow, P & Rose, N. (1989). *The effects of economic regulation*. Massachusetts Institute of Technology. <https://economics.mit.edu/files/10811>, hämtad 2021-04-09

Kenton, W. (2021). *Regulatory Capture*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/r/regulatory-capture.asp>, hämtad 2021-04-06

Konsumentverket. (2019). *Granskning av marknadsföring på spelområdet*. <https://www.konsumentverket.se/contentassets/3180e6f2eecd4869ac192c9d39743c61/pm-granskning-av-spelområdet---konsumentverket-002.pdf>, hämtad 2021-04-01

Larsson, B. (2015). *Intervjuer, deltagande och etik - En vägledning för dig som vill dokumentera din samtid*. Stockholms stad, Stadsmuseet. https://stockholmskallan.stockholm.se/ContentFiles/SSM/Texter/Text_0001/SSMB_0032632_01.pdf?fbclid=IwAR3gwYzbFIQDfiMIysQWsfuGrMdbL2okPD_TsptJ9uq_PkwIS5VBCB3BoAU, hämtad: 2021-02-02.

Lotteriförordning (1939:207).

Lotteriinspektionen (2016). *Spelmarknadens utveckling i Sverige och internationellt 2015*.
<https://www.spelinspektionen.se/globalassets/dokument/informationsdokument/spelmarknads-utveckling-i-sverige-och-internationellt-2015-trycksak.pdf>

Lotteriinspektionen (2018). *Spelmarknaden 2017* (18Li6473).
<https://www.spelinspektionen.se/globalassets/dokument/statistik/arssiffror-statistik/hela-spelmarknaden-2017.pdf>

Lotteriinspektionen. (11 april 2014). *Bolag utan tillstånd i Sverige står för 64% av all spelreklam i TV*.
<https://www.mynewsdesk.com/se/lotteriinspektionen/news/bolag-utan-tillstaand-i-sverige-staar-foer-64-av-all-spelreklam-i-tv-8226>

Lotterilag (SFS 1982:1011). Civildepartementet.
https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lotterilag-19821011_sfs-1982-1011

Lotterilag (SFS 1994:1000). Finansdepartementet OU.
https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lotterilag-19941000_sfs-1994-1000

Lotteriutredningen (1972). *Lotterier och spel. Huvudbetänkande* (SOU 1979:29).
<https://lagen.nu/sou/1979:29>

Lotteriutredningen (1992). *Vinna eller försvinna? - folkrörelsernas lotterier och spel i framtiden. Slutbetänkande* (SOU 1992:130).
<https://lagen.nu/sou/1992:130?attachment=index.pdf&repo=soukb&dir=downloaded>

Lotterilagsutredningen (2000). *Från tombola till Internet - översyn av lotterilagstiftningen. Slutbetänkande* (SOU 2000:50).
<https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2000/07/sou-200050/>

Marknadsföringslagen (2008:486). Finansdepartementet KO.
https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/marknadsforingslag-2008486_sfs-2008-486

Nationalencyklopedin, (u.å.). Kunglig Majestät.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/kunglig-majestät>, hämtad 2021-05-11

Nättidningen Svensk Historia. (u.å.). *Svensk spelhistoria – Från landskapslagar till omreglering*.
<https://svenskhistoria.se/svensk-spelhistoria-fran-landskapslagar-till-omreglering/>

Patel, R. & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur.

Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy>, hämtad: 2021-04-04

Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy>, hämtad: 2021-04-04

Recklies, D. (2001). Beyond Porter – A Critique of the Critique of Porter. <http://www.mbatools.co.uk/Articles/BeyondPorter.pdf>, hämtad: 2021-04-08

Regeringskansliet. (2021). *Agenda 2030 och globala målen*. <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/>

Spelmarknadsutredningen (2020). *Ökat skydd och stärkt reglering på den omreglerade spelmarknaden. Slutbetänkande (SOU 2020:77)*. https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/statens-offentliga-utredningar/okat-skydd-och-starkt-reglering-pa-den_H8B377/html, hämtad: 2021-03-25

Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H. & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), ss.1893-1907. DOI:10.1007/s11135-017-0574-8. Hämtad 2021-02-02.

Spellicensutredningen (2017). *En omreglerad spelmarknad*. SOU (2017:30). <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2017/03/sou-201730/>

Spelinspektionen (2018). *Allmänheten om spel - 2018*. <https://www.spelinspektionen.se/globalassets/dokument/statistik/enkatundersokning/allmanheten-om-spel-2018.pdf>, hämtad 2021-05-09

Spelinspektionen (2019a). *Spelmarknaden 2018*. <https://www.spelinspektionen.se/globalassets/dokument/statistik/arssiffror-statistik/spelmarknaden-2018.pdf>

Spelinspektionen. (2019b). *Matchfixning*. <https://www.spelinspektionen.se/olagligt-spel/matchfixning/>, hämtad 2021-02-04

Spelinspektionen (2019c). *Allmänheten om spel-2019*. <https://www.spelinspektionen.se/globalassets/dokument/statistik/enkatundersokning/allmanheten-om-spel-2019.pdf>, hämtad 2021-05-09

Spelinspektionen. (2021). *Kvartalsstatistik*. <https://www.spelinspektionen.se/om-oss/statistik/spelmarknaden-kvartalsstatistik/>, hämtad 2021-05-04

Spellag (2018:1138). Finansdepartementet OU. https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/spellag-20181138_sfs-2018-1138

Spelmonopolet. (2019). *Spelmonopolet.se ger dig heltäckande information om det gamla svenska spelmonopolet från förr och effekterna av spelregleringen som gäller sedan 1: a januari 2019*. Spelmonopolet. <https://spelmonopolet.se/>

Statskontoret (2019). *Utvärdering av omregleringen av spelmarknaden: Delrapport 2*. <https://www.statskontoret.se/globalassets/publikationer/2019/201906.pdf>, hämtad 2021-02-02

Statskontoret (2020). *Utvärdering av omregleringen av spelmarknaden: Delrapport 3*. <https://www.statskontoret.se/globalassets/publikationer/2020/202008.pdf>, hämtad 2021-03-30

Statskontoret (2021). *Utvärdering av omregleringen av spelmarknaden: Delrapport 4*. <https://www.statskontoret.se/globalassets/publikationer/2021/2021-5-webb.pdf>, hämtad 2021-04-05

Sundén, D. (2019). *Synd och skatt – en ESO-rapport om politiken inom områdena alkohol, tobak och spel*. Regeringskansliet, Finansdepartementet. https://eso.expertgrupp.se/wp-content/uploads/2017/06/2019_-2-synd-och-skatt.pdf

Tillväxtverket (2017). *Regulation and competition*, https://tillvaxtverket.se/download/18.7b586e5115b13ff864b24615/1490965697446/Regulation+and+Competition+-+170331_hela.pdf, hämtad 2021-04-06

Vacek, H. (2011). *The History of Gambling*. Center for Christian Ethics at Baylor University. <https://www.baylor.edu/content/services/document.php/144593.pdf>

Bilaga 1

Intervjuunderlag till spelbolag

Varje område i intervjun, bortsett från *Etik*, har syftat på omregleringen och dess påverkan. Följande områden har tagits upp:

- **Etik**
 - Godkännande av namnpublicering/anonymitet
 - Godkännande av inspelning
 - Uppge att det är okej att dra sig ur intervjun och att den raderas
- **Kostnader**
 - Regleringens påverkan på val av marknad
 - Kostnader kopplade till den ökade administrationen
- **Produkter**
 - Lönsamhet
 - Utformning
 - Omfattning
- **Marknadsföring**
 - Måttfull marknadsföring
 - Möjligheter kring marknadsföring i nya medierna
 - Regleringen kring bonusar kopplat till marknadsföring
- **Relationer med kunder och leverantörer**
 - Strategi kring kundrelationer
 - Förändrad relationsstyrka
 - B2B-licenser
- **Covid-19-restriktioner**
 - Lönsamhet
 - Insättningsgränsens påverkan
 - Bonustakets påverkan på marknadsstrategin
 - Tidslimiten

Bilaga 2

Intervjuunderlag till Spelinspektionen

Varje område i intervjun, bortsett från *Etik* och *covid-19 restriktioner*, har syftat på omregleringen och dess påverkan. Följande områden har tagits upp:

- **Etik**
 - Godkännande av namnpublicering/anonymitet
 - Godkännande av inspelning
 - Uppge att det är okej att dra sig ur intervjun och att den raderas
- **Allmänt**
 - Nuvarande roll
 - Arbetsuppgifter
 - Tid som anställd
- **Kanalisering**
 - Hur kanaliseringen mäts och grad av säkerhet
 - Skillnad mellan spelformer
 - Framtida utveckling
- **Marknadsföring**
 - Definitionen måttlig marknadsföring
 - Avstängda spelare och olicensierade sidor
- **Covid-19 restriktioner**
 - Påverkan på verksamheten
 - Roll i framtagande av restriktionerna
- **Övrigt**
 - Olicensierade bolags styrka efter regleringen
 - Upplevelse efter regleringen trätt i kraft
 - Relation med spelbolagen
 - Processen att ansöka om licens

Bilaga 3

Intervjuunderlag till Konsumentverket

Området marknadsföring, har syftat på omregleringen och dess påverkan. Följande områden har tagits upp:

- **Etik**
 - Godkännande av namnpublicering/anonymitet
 - Godkännande av inspelning
 - Uppge att det är okej att dra sig ur intervjun och att den raderas
- **Allmänt**
 - Nuvarande roll
 - Arbetsuppgifter
 - Tid som anställd
- **Marknadsföring**
 - Definitionen måttlig marknadsföring
 - Skillnader i marknadsföring för spel och andra produkter
 - Avstängda spelare och olicensierade sidor
 - Främsta mediekanaler
 - Införande av begränsning gällande reklam
 - Statistik kring spelbolagens investeringar i marknadsföring



CHALMERS