

Stockholm 2019-06-27

Skrivelse från Branschföreningen för Onlinespel till Spelmarknadsutredningen Fi 2018:03

Branschföreningen för Onlinespel – BOS – ger i denna skrivelse kommentarer till centrala delar av de direktiv som givits åt *Spelmarknadsutredningen* Fi 2018:03.

BOS har 22 medlemsbolag, varav fem är spelutvecklare. Övriga är så kallade operatörer, alltså spelbolag som vänder sig direkt till spelkunder. Samtliga operatörer innehar svensk spellicens.

BOS är varma anhängare av den svenska omregleringen av spelmarknaden. Naturligtvis har vi invändningar mot detaljer i spellicenssystemet, men på ett övergripande plan menar vi att licenssystemet tjänar behoven väsentligt bättre än monopolet, och det alldeles oavsett vems behov som beaktas; konsumentens, marknadens, idrottens och statens för att nämna någras. Med hänvisning till detta och att spellicenssystemet ännu är mycket ungt förordar vi generellt en återhållsam hållning till förändringar på spelmarknaden. Många av de eventuella förändringar som *Spelmarknadsutredningen* har att ta ställning till är dessutom sådana som togs upp i *Spellicensutredningen* SOU 2017:30. Många av frågeställningarna har alltså redan prövats i den utredningen och det faktum att de inte infördes i spellicenssystemet beror i allmänhet på att de avfärdades av *Spellicensutredningen*.

BOS menar att staten har goda skäl att värna och vårda spellicenssystemet. En viktig del av ett sådant skydd av systemet är att tillförsäkra licensinnehavarna långsiktigt hållbara, förutsebara och likabehandlande regler. Det vore med andra ord olyckligt om Sverige genom dramatiska förändringar av systemet bjuder in operatörer att söka licens till ett visst licenssystem, för att kort därefter göra så stora förändringar att operatörerna sedan får verka i ett helt annat system.

Kommentarer kring specifika utredningsdirektiv

Svenska Spels anpassning till den nya marknadssituationen

BOS menar att staten inte på ett tillfredsställande sätt har fullföljt den åtskillnad mellan den konkurrensutsatta och den monopolskyddade delen av Svenska Spel som förordas i *Spellicensutredningen*. Efter en anmälan till Konkurrensverket från BOS är detta förhållande nu under myndighetsprövning. BOS anmälan gäller dels att Svenska Spel har uppmuntrat monopolkunder att testa bolagets konkurrensutsatta spel, dels att bolaget använder den välkända logotypen "Turgubben" på såväl den konkurrensutsatta som den monopolskyddade marknaden. Därtill finns det skäl att misstänka att de två affärsområdena drar fördelar av det faktum att de ägs och erhåller tjänster från ett och samma holdingbolag.

BOS förordar i första hand att en försäljning av den konkurrensutsatta delen av Svenska Spel sker. Det är svårt att hitta hållbara argument till varför regeringen själv ska driva ett spelbolag på en marknad med gott och väl över femtio andra konkurrenter som erbjuder ungefär samma utbud.

I andra hand förordar BOS att en fullständig uppdelning av bolaget sker, vilket alltså utesluter ett holdingbolag. Vi kan omöjligt se att denna omstrukturering enbart är en fråga för bolagets styrelse, vilket hittills har varit regeringens inställning, utan tvärtom att det måste vara en ägarfråga. Om inte ägaren griper in och tar sitt ansvar för uppdelningen öppnar det upp för konkurrensvinster, vilket skadar riksdagens mål med omregleringen.

För detaljerad information om hur bolaget kan delas upp, se Kindreds remissvar till *Spellicensutredningen*.¹

Föreslå en modell för finansieringen av hästnäringen

På grund av att ATG:s system med spelpooler inte har öppnats upp för andra operatörer kommer detta spelbolags dominans på spelmarknaden – om inga åtgärder vidtas, se BOS klagomål hos Konkurrensverket² – även efter omregleringen att vara extremt dominerande med en uppskattad marknadsandel på 95-99 procent. Alla eventuella marknadsavgifter träffar därför uteslutande ATG. I praktiken innebär en marknadsavgift att ATG får en skattefri utdelning till sina ägare, eftersom en marknadsavgift tas ut före spelskatten på spelöverskottet. Ett sådant förfarande

¹ <https://news.cision.com/se/kindred-group/r/kindred-groups-remissvar-pa-spellicensutredningen---svenska-spel-maste-delas-pa-riktigt-,c2328433>

² <http://www.bos.nu/2019/04/12/bos-inger-konkurrensklagan-pa-atg-samt-vinner-gehor-for-tidigare-klagomal-mot-svenska-spel/>

väcker frågor om statsstöd, konkurrensöverträdelse samt en minskad skatteintäkt till staten motsvarande uppskattningsvis 250 miljoner kronor.³ Detta ska ses i ljuset av att ATG efter omregleringen redan har fått en skattesänkning från 35 procent till 18 procent, vilket motsvarar ett årligt skattebortfall uppemot 700 miljoner kronor.

BOS förordar att fler operatörer släpps in i de populära spelpoolerna på marknadsmässiga villkor, och att konkurrensneutraliteten främjas på så sätt att poolerna överförs till ATG:s ägare Svensk Travsport (ST) och Svensk Galopp (SG).

Operatörer är, om konkurrensen på marknaden uppfattas vara rättvis, intresserade av att sluta marknadsmässiga avtal med ST och SG. Sådana avtal omfattar inte enbart spelpoolerna utan även sändningsrättigheter, reklamavtal och spelardata. Sammantaget väntas sådana affärsavtal, om rätt utformade, kunna ge hästnäringen betydande intäkter.

BOS avfärdar alla typer av förslag om av staten beslutade obligatoriska marknadsavgifter.

Utreda en modell för finansiering av idrottsrörelsen

Den principiella frågan rör om en arrangör har upphovsrätt till allmänt tillgänglig information kopplad till evenemanget, exempelvis utgången av en fotbollsmatch, schlagerfestival eller ett riksdagsval. Svaret på den frågan är nej. Det är av denna orsak som exempelvis Svenska Spel sedan decennier erbjudit vadslagning på utländska idrottshändelser, exempelvis engelsk klubb fotboll, utan att ersätta fotbollsklubbarna för detta.

Av samma skäl som ovan anförts om spelbolagens intresse för marknadsmässiga avtal med hästnäringen gäller detta i än högre grad idrotten, och då särskilt högprofilerade sporter som fotboll och ishockey. Det stämmer inte som det påstås i direktiven att "[n]umera kommer vinsterna idrottsrörelsen till del främst genom sponsoravtal m.m. mellan Svenska Spel och idrottsrörelsen". I själva verket är det sponsoravtal med *andra* spelbolag som har genererat de största intäkterna, se Betssons avtal med Svenska Hockeyligan⁴ och Unibets avtal med Svensk Elitfotboll⁵. Visserligen går dessa exempel utslutande till idrotter med stort publikintresse, och inte heller detta skiljer sig nämnvärt från tidigare omständigheter från monopoltiden. Även på den tiden sponsrade spelbolag huvudsakligen populära sporter där intresset för vadslagning var stort, medan mindre publika sporter i högre utsträckning fått förlita sig på skattemedel via Riksidrottsförbundet.

³ <https://www.svd.se/att-smita-fran-skatt--ska-det-finansiera-hastporten>

⁴ <http://www.idrottensaffarer.se/sponsring/2018/08/aven-shl-nar-ett-rekordavtal>

⁵ <http://www.idrottensaffarer.se/kronikor/2018/06/unikt-beslut-svenska-spel-lamnar-elitfotbollen>

Ytterligare åtgärder för att minska skadeverkningarna av spel online och på värdeautomater

Det är riktigt som det framhålls i direktiven att spel online kännetecknas av vissa särskilda risker. Framför allt gäller det tillgängligheten. En butik eller ett landbaserat kasino håller normalt stängt vissa tider på dygnet och man måste under alla omständigheter ta sig till en utsedd lokal för att kunna spela. Onlinespel är tillgängligt dygnet runt ett knapptryck bort.

Vad som emellertid inte lyfts fram i direktivtexten är onlinespelandets uppenbara fördelar i konsumentskyddshänseende. Inget spel sker anonymt. Inga spelare under 18 år eller som stängt av sig i det nationella självavstängningsregistret släpps in i "butiken". Väl inne sker en omfattande monitorering av spelarens konsumtionsmönster och övriga beteende, varpå avvikande beteende upptäcks. På så vis blir det möjligt i enlighet med lagens krav på omsorgsplikt att erbjuda stödjande åtgärder till kunder med riskbeteende.

Få eller inga av dessa möjligheter finns vad gäller landbaserat spelande när spelkunden är okänd och kontanter används som betalningsmedel. Av konsumentskyddsskäl är det alltså angeläget att främja övergången från landbaserat spel till onlinespel.

Ytterligare åtgärder för att stänga ute olicensierat spel

Grundläggande för ett långsiktigt hållbart licenssystem är att spelkonsumenterna av egen vilja söker sig till spel inom licenssystemet. Av detta följer att spelens underhållningsvärde och pris inte får uppfattas vara påtagligt sämre inom systemet än utanför det. Inga motåtgärder kan upprätthålla en hög kanalisering om inte licensspelens attraktivitet talar för sig själv. Av denna anledning är förbudet mot så kallade lojalitetsbonusar olyckligt, då det sänker licenssystemets attraktivitet. Därtill uppmuntrar det spelkunderna att ständigt byta operatör i jakt på de av spellagen tillåtna nyförvärvandebonusarna, vilket försvårar den långsiktiga monitorering av spelkunderna som omsorgsplikten stipulerar.

Ett uppenbart kryphål i spellagen synes vara de spelbolag som accepterar svenska kunder på spelsidor som använder sig av det engelska språket och med euro som valuta. Några sådana spelsidor marknadsfördes aggressivt i Sverige före omregleringen, varför många svenska konsumenter alltjämt söker sig till dessa sajter. *Spelmarknadsutredningen* bör överväga en möjlig skärpning av spellagen så att dessa sajter kriminaliseras.

Tilläggsdirektiv, Åtgärder för att begränsa omfattningen av och aggressiviteten i marknadsföringen av spel

BOS önskar påminna om att den enda uppenbara konkurrens fördelen som licensierade spelbolag har jämfört med olicensierade spelbolag är möjligheten att marknadsföra sig i nationell media samt på onlineplattformar som Facebook och Google. Ett fullständigt eller partiellt förbud mot reklam i dessa media förändrar i grunden förutsättningarna för det svenska spellicenssystemet och möjligheten att nå regeringens kanaliseringsmål om 90 procent.

Särskilt illavarslande är tankegångarna att tilldela olika spelformer olika marknadsföringsvillkor. De förslag som framskyttat har gällt att de konkurrensutsatta spelprodukterna ska beläggas med marknadsföringsrestriktioner medan de monopol-skyddade ska lämnas opåverkade. En sådan förändrings påverkan på spelmarknadens konkurrensneutralitet är uppenbar och skulle utgöra ett allvarligt hot mot kanaliseringen och omregleringens intentioner. En ytterligare försvårande omständighet i sammanhanget är det faktum – som tidigare nämnts i denna skrivelse – att regeringens eget spelbolag Svenska Spel verkar på såväl den konkurrensutsatta som den monopolskyddade spelmarknaden under samma varumärke: "Turgubben". Det skulle alltså för detta bolag vara möjligt att indirekt främja sina konkurrensutsatta spelprodukter också vid ett förbud mot onlinespelreklam, genom att låta monopolkunder "spilla över" till konkurrensutsatta spel.

BOS förordar i namn av konsumentskyddet en allmän översyn av så kallad dold spelreklam, till exempel Triss-skrapet i TV4:s Nyhetsmorgon, liksom övriga redaktionella spelinslag i TV4, i dagspress samt via influerare på Youtube etcetera. Det som skiljer dessa inslag från vanlig reklam är att de saknar tydlig annonsmärkning samt de för vanlig spelreklam obligatoriska upplysningarna om 18-årsgräns och hänvisning till det nationella hjälpcentret Stödlinjen. I vanlig reklam råder det aldrig någon tvekan om vem som är avsändare av ett budskap och att detta budskap är säljfrämjande. Tyvärr råder en otydlighet kring detta när det kommer till försåtliga redaktionella samarbeten med medier och spelbolag. Detta utgör en allvarlig brist i konsumentskyddshänseende.

Gustaf Hoffstedt
Generalsekreterare

Branschföreningen för Onlinespel
Box 3198
103 63 Stockholm

gustaf.hoffstedt@bos.nu

www.bos.nu