



Foto: Jason Winter / Shutterstock / NTB Scanpix

23-10-2019 10:41 CEST

Europa strammer grepet om spillpolitikken

Her er en oppsummering av de viktigste hendelsene på det europeiske pengespillmarkedet i året som gikk.

Av Lars Langseth Nikolaisen, fagsjef samfunnsinnsikt og spillbransje i Norsk Tipping.

I hele Europa ønsker nå myndighetene å stramme inn reguleringen på pengespillfeltet. Spesielt når det gjelder markedsføring.

Trøttheten av pengespillreklame er en av de største trendene vi ser. Det norske TV-reklamemarkedet for pengespill var, ifølge [anslag fra Medietilsynet](#), på ca. 880 millioner bruttokroner i 2018. Det blir likevel småtterier i forhold til i Sverige, der det ble brukt hele [7,4 milliarder](#) svenske kroner på spillreklame. Dette var altså før lisensmarkedet ble innført 1.januar 2019. I første halvår økte denne summen, og den svenske Civilministeren satte i gang en [utredning](#) som blant annet skal vurdere et reklameforbud. Her er konklusjonen et stykke unna.

Sverige ser en liten tilbakegang i annonsekronene nå etter sommeren. Det betyr ikke nødvendigvis at det er blitt mindre reklame, for med en lisensmodell får alle aktører tilgang på «billigere» kanaler som sosiale medier, nettaviser og lignende.

Tredobling i Danmark

I Danmark ser vi samme trend. Reklametrykket har historisk aldri vært i nærheten av nivået man har sett i Sverige, men har likevel økt kraftig de siste årene. Tall fra Kantar Gallup Adfacts viser at antall spillreklamer på TV og radio er [tredoblet siden 2012](#). Det har ført til en diskusjon om hvordan man kan begrense dette. Danske medlemmer av EU-parlamentet vil ta opp om pengespillreklame skal forbys i Europa. Bare fire måneder etter at den danske bransjen laget egne regler for å regulere reklamen, har ministeren kalt inn bransjen på teppet.

Den som har gått lengst i arbeidet med å begrense pengespillreklame er Italia, som innførte forbud mot kasino- og sportsspillreklame [fra og med 2019](#). Det omfatter alt fra TV- til fotballagenes draktreklame, og fører blant annet til at lag som Juventus må si opp sponsoravtalene sine. Italia har også hatt problemer knyttet til økonomisk kriminalitet i pengespillbransjen, og for få dager siden kom nyheten om at det nest største spillskapet er anmeldt etter mafiaparagrafen for hvitvasking.

Vil sidestille spill med tobakk

Spania jobber nå med en lovgivning som vil [sidestille bettingreklame med tobakksreklame](#). Det betyr i praksis et forbud mot reklame på for eksempel TV og fotballtrøyer. Arbeidet er imidlertid langt fra i mål. Belgia er et annet land som gjør [mye spennende regulatorisk](#). Landet har hatt ekstremt mye pengespillreklame, spesielt for de problematiske nettkasinospillene. Nå har man forbudt kasinoreklame på TV, og det er bare lov til å annonsere for disse spillene på spesielle nettsteder godkjent av staten. I tillegg har de innført et vannskille på kvelden, med forbud mot all form for pengespillreklame før

klokken 20. Det er heller ikke lov til å reklamere for spill under direktesendte sportsbegivenheter.

Idretten begynner å takke nei

I Irland besluttet generalforsamlingen i det [Gæliske idrettsforbundet](#) i fjor å forby gamblingsponsorer i sine idretter. Forbundet er Irlands største, med 800 000 medlemmer. I Storbritannia har det lenge vært en ekstremt sterk kobling mellom fotballklubber og pengespillbransjen. [Ti](#) av de 20 Premier League-klubbene har et bettingselskap som hovedsponsor, men nå har reklamedebatten blomstret opp også her. På [London Stadium](#) har den offentlige eieren bestemt at alkohol, tobakk og pengespillaktører ikke kan bli arenaens navnesponsor. Ironisk nok er klubben som har London Stadium som hjemmebane, WestHam, den som er tyngst sponset av et bettingselskap i hele Premier League.

I andre land har spanske Real Sociedad sagt «nei takk» til en sponsoravtale, og nederlandske PSV sendte ut en forespørsel til sine betalende medlemmer da en potensiell sponsoravtale med et spillselvskap lå på bordet.

Fra mediesiden har den britiske fotballgiganten Sky Sport annonsert at de fra og med denne Premier League-sesongen ville innføre et tak på [én pengespillreklame per reklamepause](#).

Andre grep

I Østerrike har myndighetene signalisert et ønske å regulere maksinnsats og forbud mot live-betting, men dette er trolig ikke noe som kommer til å skje i nærmeste framtid.

Det suverent største, regulatoriske grepet i europeisk spillpolitikk det siste året, dreier seg likevel ikke om markedsføring. I Storbritannia festet myndighetene et svært sterkt grep på automatmarkedet. Lovlig maksinnsats per spin ble senket fra [1000 til 20 kroner](#). En radikal endring i en nasjon som har «bettingshops» på annethvert gatehjørne. Nå er mange av dem lagt ned, arbeidsplasser er borte og omsetningen har naturligvis sunket som en stein. Dette visste man, men det ble ansett som viktigere å få bukt med et usunt marked som skapte voldsomme problemer for mange mennesker. Litt som det vi så etter automatereformen i Norge i 2007.

Avslutningsvis

Det er svært ulike årsaker til valg av pengespillregulering i hvert enkelt land.

Bildet er ofte komplekst, og tilpasset forholdene i de ulike markedene. For noen kan behovet være å bekjempe økonomisk kriminalitet, skaffe mer penger i statskassa, eller som her i Norge, hvor vi har lange tradisjoner for å sette ansvarlighet i førersetet og forebygge problemspill. Denne kompleksiteten er noe av årsaken til hvorfor pengespill er et lite harmonisert område innen EU. Utviklingen det siste året forsterker dette bildet.

Norsk Tipping er et statlig selskap med enerett på en rekke pengespill på det norske markedet.

Hovedoppgaven Stortinget har gitt Norsk Tipping er å forebygge problemer som kan følge av pengespill, gjennom å kanalisere nordmenns spillelyst inn mot et offentlig kontrollert spilltilbud.

Hele overskuddet går til samfunnsnyttige formål.

Siden 1948 har Norsk Tipping bidratt med cirka 200 milliarder kroner (prisjustert) til samfunnsnyttige formål.

Vi gir drømmen en sjanse!

Kontaktpersoner



Anne Marit Sletten

Leder kommunikasjon

Generelle spørsmål.

anne-marit.sletten@norsk-tipping.no

951 85 708



Tonje Sagstuen

Administrerende direktør

tonje.sagstuen@norsk-tipping.no

917 04101

625 14000