



Jakob Jonsson (innfelt) er psykologspesialist og forsker ved Stockholms Universitet. Kundekonsulent Kristin Edvardsen Måsø i Norsk Tipping snakker daglig med selskapets stortapere. Foto: Norsk Tipping

23-05-2018 12:19 CEST

Forskningsstudie: Slik forandret en telefonsamtale storspillernes forbruk

Av Jakob Jonsson

Psykologspesialist

Sustainable Interaction/Stockholms Universitet

«Hei, jeg heter X og ringer fra Norsk Tipping. Akkurat nå kontakter vi de av kundene våre som har tapt mest penger det siste året. Du er en av dem.

Passer det for deg å snakke nå?»

Omtrent slik innledes de proaktive samtaler Norsk Tipping har ringt siden 2014. Jeg har vært så heldig å være en del av prosjektet i rollen som ekstern forsker.

Vanligvis tar spillselskap kontakt med kundene sine for å få dem til å spille mer. Kundene som har tapt mest, pleier å bli betraktet som VIP-kunder. Slik er det ikke hos Norsk Tipping. De har tatt inn over seg kunnskapen forskerverdenen har hatt i mange år.

Storkundene

Det er blant storkundene man finner størst antall personer som har hatt problemer med spill. Derfor ringer Norsk Tipping kundene som bruker mest penger for å informere dem om forbruk, motivere til forandring og få dem til å ta i bruk ansvarlighetsverktøy. Håpet er at de skal kunne ta bevisste valg om hvor mye de skall spille, og at det deler til et mer «bærekraftig» pengeforbruk.

Norsk Tipping er ikke det første spillselskapet i verden som tar slike samtaler. Men, de er meg bekjent de første som har iverksatt et fullskala forskningsprosjekt med et stort antall kunder.

Etter en pilotstudie der drøyt 80 kunder ble kontaktet, ble samtalerne videreutviklet under en postpilot med nesten 400 samtaler. Resultatene var at kundene som ble kontaktet reduserte nivået på spillingen sin. I tillegg stilte de seg i de fleste tilfeller positive til å få en slik samtale, til tross for at den kom uventet og omhandlet et så privat tema som spillevaner.

Samlet sett var resultatet så lovende at Norsk Tipping valgte å gå videre i et samarbeid med Stockholms Universitet for å gjennomføre en større vitenskapelig studie i 2017, med godkjenning fra den svenske etikknemnda i Stockholm.

3000 personer

Drøyt 3000 personer inngikk i studiet, med 1005 statistisk skapte trillinger der man innen hver trilling hadde samme kjønn, alder og tapsnivå. I hver

trilling ble éntrukket ut til å bli oppringt, én ble trukket ut i en gruppe som fikk brev, og én gikk inn i kontrollgruppen som ikke ble kontaktet i det hele tatt. Slik fikk vi tre like store grupper med tilfeldig utvalgte personer blant kundene som tapte aller mest.

Resultatene var tydelige:

- Det å få spesifikk informasjon om forbruket sitt og samtidig kunnskap om hva man kan gjøre for å redusere det, hadde en tydelig effekt.
- Det å bli oppringt hadde en sterkere effekt enn å få brev.
- Det å få brev hadde en signifikant bedre effekt enn å ikke bli kontaktet – slik tilfellet var med kontrollgruppen.

Når det gjelder telefonsamtalen var de vanligste temaene bare informasjon om hvor mye kunden hadde tapt, og muligheten til å sette tapsgrenser. Få kunder valgte å utestenge seg helt fra spill. Enda færre, rundt 1 prosent, ville ha kontaktinformasjon til Hjelpelinjen for pengespill. Vi kunne også se at telefonsamtalen tydelig førte til at en stor majoritet av kundene ble mer motiverte til å endre spillevaner, og i sin tur hadde det en tydelig effekt i form av redusert spilleavhengighet.

Dårlig oversikt

Hvordan kan man forstå disse resultatene? Vet ikke spillerne selv hvordan det går med dem? Er de ikke rasjonelle forbrukere som gjør bevisste valg? Sannheten er at de fleste har dårlig oversikt, og undervurderer hvor mye de har tapt. Når de blir bedt om å anslå tapene sine, tipper de mellom 20 og 60 prosent av det faktiske tallet. Årsaken til det er at spillere både vinner og taper, og tendensen er at man husker gevinstene bedre enn tapene.

Videre taper man penger litt etter litt, og jo mer kontinuerlig man spiller desto vanskeligere er det å ha oversikt over hvordan det har gått samlet sett. Blant spillerne som utvikler spillemisbruk eller spilleavhengighet er det vanskelig å snakke om rasjonelle valg. For disse handler det snarere om tap av kontroll og forsøk på å vinne tilbake det man har tapt.

Ansvar foran gevinst

Det å få vite, svart på hvitt, hvor mye man har tapt gir spillerne innsikt. Det gir dem også en mulighet til å tenke annerledes. «Du tapte 75000 kroner på spill i fjor. Vil du sette av 75000 kroner til å spille neste år også?» Hvis svaret er nei (som det nesten alltid er), er de som regel innstilt på å redusere spillegrensene sine i samarbeid med kundekonsulenten de snakker med.

Det er naturlig å stille spørsmålet om ikke Norsk Tipping taper penger på å ta kontakt med kunder som taper mye. Svaret er utvilsomt ja, i alle fall på kort sikt. Det at kundene reflekterer over hvor mye de har råd til å tape og hva de ønsker å gjøre, fører til at de spiller mindre – ofte ved hjelp av grensene de har satt. Vi vet mindre om hvordan dette ser ut på lang sikt. Men, det er klart at eierne av et spillselvskap som kontakter kundene sine på den måten Norsk Tipping gjør, må la ansvar gå foran gevinst og ønske å takke nei til inntekter som kommer fra kundenes overforbruk.

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