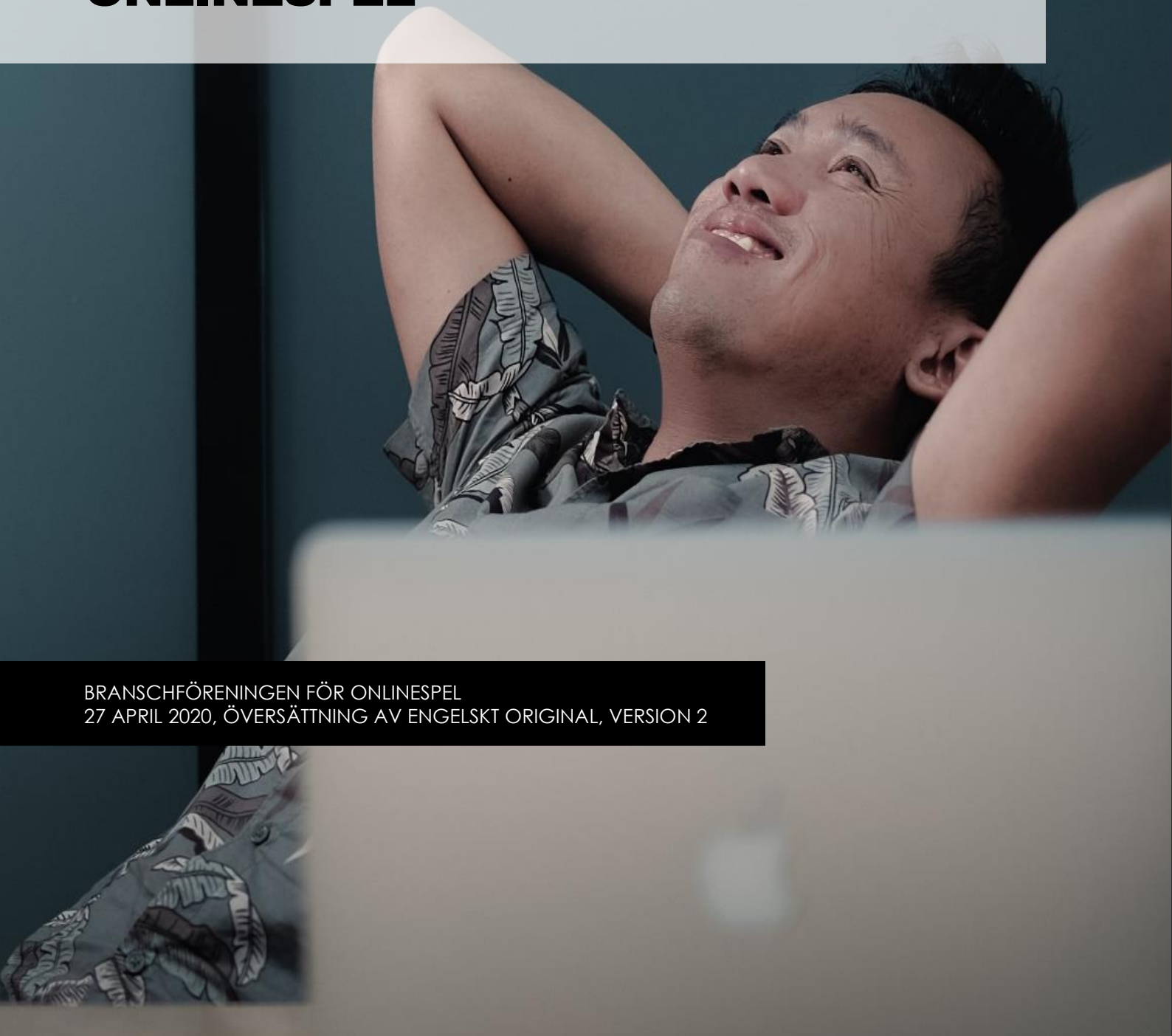
Hard facts. Clear stories.

Copenhagen Economics

KANALISERINGEN PÅ DEN SVENSKA MARKNADEN FÖR ONLINESPEL



BRANSCHFÖRENINGEN FÖR ONLINESPEL
27 APRIL 2020, ÖVERSÄTTNING AV ENGELSKT ORIGINAL, VERSION 2

FÖRFATTARE:

Karl Lundvall
Sofia Nyström
Victor Ahlqvist

FÖRORD

Branschföreningen för Onlinespel (BOS) har gett Copenhagen Economics i uppdrag att empiriskt uppskatta graden av kanalisering, definierad som den andel av det totala onlinespelandet som sker på webbplatser som är en del av den svenska licensierade spelmarknaden.

Det är allmänt känt att en del av det svenska onlinespelandet sker på webbplatser som saknar en svensk licens. Detta innebär att de i allmänhet inte uppfyller de villkor som stipuleras av svenska regler för spel, som till exempel rutiner för konsumentskydd. Graden av kanalisering och dess utveckling över tid är kanske den enskilt viktigaste aspekten när man bedömer framgången eller misslyckandet för den svenska spelreformen, som genomfördes när spellagen (2018:1138) trädde i kraft den 1 januari 2019.

Ett viktigt mål för BOS är *"Att se till att kanaliseringen i Sverige ligger nära 100 procent, det vill säga att svenska spelkonsumenter väljer spelbolag som innehar svensk licens."* Kanalisering är en viktig fråga för BOS och dess medlemmar. BOS har därför valt att beställa en oberoende utvärdering av graden av kanalisering för att komplettera de officiella bedömningar av bland annat olicensierat onlinespel som publiceras av den svenska tillsynsmyndigheten, Spelinspektionen.

Uppdraget är att använda alternativa metoder för att härleda den verkliga graden av kanalisering i Sverige för olika spelkategorier (vertikaler), och för att bedöma dess utveckling inom den närmaste framtiden. Effekten på kanaliseringen på grund av förändringar i det svenska regelverket är också relevant för att förstå kanaliseringens utveckling över tid. Den senare frågan tas inte upp i denna studie.

Copenhagen Economics har självständigt utformat och genomfört analysen och är därför ensamt ansvarig för den uppskattade graden av kanalisering och de slutsatser som dras.

De empiriska bevis som ligger till grund för resultaten samlades in med hjälp av en konsumentundersökning, intervjuer med operatörer och leverantörer på marknaden för onlinespel, statistisk analys av uppgifter om spelvolymer från marknadsaktörer, samt offentlig statistik från SCB, Spelpaus.se, Spelinspektionen och offentliga utredningar.

Spelinspektionen, företrädd av Magnus Granlund och hans kollegor, bidrog med data, detaljerad marknadsinformation och metodologiska bidrag, vilket vi sätter stort värde på. Spelinspektionen är inte delaktig i de slutsatser som dras eller för andra rön i rapporten, om så inte uttryckligen angivits.

Vi hoppas att rapporten kan bidra med fakta i den svenska och internationella debatten om onlinespel och kanalisering.

Stockholm, den 27 april, 2020

Karl Lundvall Sofia Nyström Victor Ahlqvist

INNEHÅLL

Huvudsakliga slutsatser **7**

Sammanfattning **9**

1 Motivation och metodik **12**

1.1 Befintliga uppskattningar 12

1.2 Vår metod, data samt disposition 15

2 Konkurrensen mellan licensierade och olicensierade webbplatser för onlinespel **18**

2.1 Kasinospel: Hög grad av konkurrens 19

2.2 Sportspel: Medelhög/hög grad av konkurrens 26

2.3 Hästspel, lotterier och bingo: Låg grad av konkurrens 30

3 Kanalisering: Vår bedömning **33**

3.1 Graden av kanalisering 34

3.2 Minskar kanaliseringsgraden? 39

Referenser **45**

Bilaga A Kapitel 2: Visuell evidens **49**

Bilaga B Ipsos konsumentundersökning **60**

Bilaga C Trend – Residualanalys **71**

LISTA ÖVER TABELLER

Tabell 1 Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser 19

Tabell 2 Kasinospel: Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser 20

Tabell 3 Sportspel: Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser 26

Tabell 4 Hästspel, lotterier och bingo: Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser 30

Tabell 5 Beräknad kanaliseringsgrad 33

LISTA ÖVER FIGURER

Figur 1 Spelinspektionens estimat av spelande som sker utanför det svenska licenssystemet, Q1-Q2 2019 14

Figur 2 Konsumentundersökningsresultat: Marknadsandelar per vertikal och förekomst av spel 17

Figur 3 Spelsidor för kasino som används av svenska konsumenter 22

Figur 4 Kasinospelare: Skäl till spel på olicensierade sidor 23

Figur 5 Kasinospelare: Har du spelat på spelsidor som inte har en svensk spellicens? 24

Figur 6 Webbsökningar på sökfraser relaterade till olicensierade kasinon 25

Figur 7 Kasinospelare: Skäl för att inte spela på olicensierade sidor 25

Figur 8 Sportspelsidor som svenska konsumenter spelar på 27

Figur 9 Sportspelkonsumenter: Skäl för att spela olicensierat 28

Figur 10 Sportspelkonsumenter: Har du spelat olicensierat? 29

Figur 11 Sportspelkonsumenter: Skäl för att inte spela olicensierat 29

Figur 12 Residualanalys för nätkasino, 2019 37

Figur 13 Residualanalys för sportspel, 2019 37

Figur 14 Kanaliseringsnivå för metoderna A, B och C, samt vårt estimat, 2019 38

Figur 15 Indikatorer för totalt spelande 40

Figur 16 NGR-trend för nätkasino och sportspel 42

Figur 17 3-månaders rullande medelvärde för nätkasino, 2015M3-2019 och 2016-2019 43

Figur 18 3-månaders rullande medelvärde för sportspel, 2016-2019 och 2016M6-2019 44

Figur 19 Konsumenter som spelar minst en gång i veckan eller månaden 72

Figur 20 Månadsvisa nivåer av relevanta samtal till Stödlinjen, Januari-Juni för 2017-2019 73

Figur 21 Utveckling i antal registrerade hos Spelpaus, 2019 73

Figur 22 Totalt spelande online, 2015-2024 74

Figur 23 Tillväxttakt i totalt spelande per år, 2015-2018 och 2019f-2024f 74

Figur 24 Disponibel inkomst (real), 2015-2019 75

Figur 25 BNP (real), 2015-2019 75

LISTA ÖVER FAKTARUTOR

Faktaruta 1 Vår definition av kanalisering 13

Faktaruta 2 Metod – residualanalys 71

LISTA ÖVER UTTRYCK OCH FÖRKORTNINGAR

FÖRKORTNINGAR

AAGR	Genomsnittlig årlig tillväxttakt (Average Annual Growth Rate)
BOS	Branschföreningen för onlinespel
GGR	Bruttointäkter för spel (Gross Gambling Revenue)
H2GC	H2 Gambling Capital
NGR	Nettointäkter för spel (Net Gambling Revenue)
SGA	Spelinspektionen (Swedish Gambling Authority)

VERTIKALER

Bingo	Bingo
Nätkasino	Kasinospel och spelautomater
Hästspel	Trav och galopp
Lotterier	Lotterier och nummerspel
Sportspel	Sport och annan vadslagning

HUVUDSAKLIGA SLUTSATSER

Kanaliseringsgraden är 72-78 % för onlinekasinon, 80-85 % för sportspel, och fallande. Kanaliseringsgraden är betydligt högre i andra online-vertikaler.

- De offentliga beräkningarna av den andel av spel som sker inom det svenska licensierade systemet – 91 % under Q1-Q2 2019 och 85-87 % under Q3 2019 – beskriver inte den faktiska situationen inom vissa spelkategorier (vertikaler).
- Licensierade leverantörer utsätts för hård konkurrens från olicensierade aktörer som erbjuder onlinekasinon och sportspel, men inte inom vertikalerna för hästspel, lotterier och bingo. Slutsatsen grundar sig på följande:
    - Konsumenterna anser att licensierade och olicensierade onlinekasinon är likvärdiga när det gäller tillförlitlighet och övergripande produktegenskaper.
    - Olicensierade kasinoleverantörer överträffar ofta licensierade leverantörer när det gäller attraktiva bonussystem, vilket är den mest kritiska faktorn inom marknadsföring, samt värvande och behållande av de mest värdefulla konsumenterna.
    - Odds och andra villkor inom sportspel är mycket transparenta och lätt jämförbara på jämförande webbplatser, men det finns viss produktdifferentiering mellan licensierade och olicensierade leverantörer.
    - De olicensierade alternativen inom vertikalerna för hästspel, lotterier och bingo är dåliga substitut för licensierade webbplatser och har små marknadsandelar.
- Kanaliseringen för onlinekasinon är 72-78 %, vilket innebär att 22-28 % av spelvolymen inom denna kategori sker utanför licenssystemet. Vi drar också slutsatsen att kanaliseringen minskar.
    - Utvecklingen av omsättning för licensierade onlinekasinon minskar medan den totala marknaden för onlinespel ökar, vilket tyder på en lägre och minskande grad av kanalisering.
    - Uppskattningen ligger i linje med vittnesmål från intervjuer med operatörer.
    - Incitamenten för att driva och starta olicensierade kasinon är starka med tanke på restriktionerna för licensierade operatörer och tack vare enkelt inträde på marknaden.
- Kanaliseringsgraden för sportspel är 80-85 % och fallande.
    - Licensierade leverantörer har tappat 16,8 % av intäkterna under 2019 jämfört med 2018, medan den totala marknaden uppvisar en stadig tillväxt.
    - Graden av utbytbarhet mellan licensierade och olicensierade webbplatser vad gäller produkterbjudanden och sannolikhet för vinst är medelhög/hög trots en viss grad av produktdifferentiering mellan leverantörerna.
- För hästspel, lotterier och bingo är kanaliseringsgraden 95-100 %.
    - De olicensierade leverantörerna är mycket få och är dåliga substitut för etablerade och licensierade operatörer.
    - ATG:s och Svenska Spels marknadspositioner har länge varit mycket starka, främst på grund av regulatoriska fördelar.

- Den övergripande graden av kanalisering för onlinespel, vilket återspeglar situationen i januari 2020 inom alla vertikaler, uppskattas till 81–85 %. Detta är i stort sett förenligt med Spelinspektionens uppskattning på 85-87 % i november 2019, eftersom deras mätmetoder fångar upp ett något bredare spektrum av spel, till exempel sport- och hästspel offline. I de senare spelkategorierna är kanaliseringen nära 100 % eftersom det inte finns några riktiga alternativ till ATG och Svenska Spel.

SAMMANFATTNING

Spelinspektionen publicerade under 2019 två uppskattningar av den andel spel i Sverige som sker inom licenssystemet. Under Q2 2019 presenterades en bedömning på totalt 91 %, följt av en ny uppskattning på 85-87 % i november 2019. Förändringen kan enligt vår mening betraktas som en betydande minskning av kanaliseringen.

Vi anser att två skäl talar för att dessa uppskattningar inte speglar den faktiska graden av kanalisering som troligtvis är lägre. *För det första* –det är ett sammanlagt mått, bestående av kanaliseringsgraden för olika kategorier, ”vertikaler”, av onlinespel. Uppskattningen döljer därför den verkliga kanaliseringsgraden i vertikaler som kasinospel, där det finns skäl att misstänka en betydligt högre grad av kanalisering. *För det andra* – metoden kanske inte till fullo fångar upp den olicensierade marknaden, vilket innebär att den verkliga graden är lägre än de 85-91 % som rapporterats av Spelinspektionen. Dessa uppskattningar kan därför betraktas som en övre gräns för den faktiska kanaliseringen (som är lägre) vid de respektive tidpunkterna.

För att behandla dessa frågor och presentera en alternativ uppskattning av kanaliseringen på den svenska marknaden för onlinespel, formulerar vi tre frågor:

1. *Hur hård är konkurrensen från olicensierade leverantörer inom de olika vertikalerna?*
   Graden av konkurrens beror i hög grad på graden av utbytbarheten mellan licensierade och olicensierade leverantörer, och på de olicensierade webbplatsernas relativa attraktionskraft när det gäller produktutbud.
2. *Hur hög är kanaliseringsgraden inom varje vertikal?*
   Kanaliseringsgraden beräknas med hjälp av en konsumentundersökning och marknadsdata.
3. *Är kanaliseringsgraden stabil, ökande eller minskande?*
   Kanaliseringens utveckling härleds genom att jämföra utvecklingen av den licensierade spelomsättningen över tid med indikatorer för den totala omsättningen på marknaden.

Vår undersökning tar hänsyn till information från olika källor, inklusive en konsumentundersökning som genomfördes av Ipsos i februari 2020, uppgifter från Spelinspektionen, månatlig information om omsättning från leverantörer, intervjuer med viktiga aktörer på marknaden samt offentliga källor.

Vi drar följande sex slutsatser:

1. *Kasinospel: licensierade leverantörer är utsatta för hård konkurrens från olicensierade leverantörer.*
   Ett rad iakttagelser stöder denna slutsats. *För det första* – olicensierade webbplatser kan enkelt hittas genom relaterade webbplatser (så kallade *affiliates*), sökningar på Google samt via internetforum. *För det andra* – olicensierade webbplatser liknar licensierade webbplatser till exempel genom att erbjuda spel från samma utvecklare samt liknande betalningslösningar, till exempel Trustly och Visa. *För det tredje* – olicensierade webbplatser står inte inför några större etableringshinder eftersom lösningar från tredjepartsleverantörer är lätt tillgängliga. *För det fjärde* – olicensierade webbplatser kan erbjuda lika eller mer

attraktiva tjänster. Till exempel kan licensierade leverantörer inte erbjuda bonusar på kontinuerlig basis, med undantag för nya kunder i form av "välkomstbonusar", och därför kan olicensierade kasinoleverantörer överträffa licensierade när det gäller attraktiva bonussystem. *För det femte* – en betydande andel av konsumenterna är villiga att spela på olicensierade webbplatser.

2. *Sportspel: licensierade leverantörer är utsatta för hård konkurrens från olicensierade leverantörer.*
   Vi fann att licensierade webbplatser för sportspel är utsatta för en medelhög/hög grad av konkurrens från olicensierade webbplatser. *För det första* – det finns många olicensierade webbplatser som liknar licensierade webbplatser och är lätta att hitta, men de är ibland svåra att använda för konsumenterna. *För det andra* – olicensierade webbplatser liknar licensierade vad gäller utbudet av spelprodukter och innehåll. *För det tredje* – etableringshindren är måttliga eftersom det finns en mängd små aktörer, men hindren för att växa sig verkar vara av allvarligt slag. Marknaden domineras av fyra stora aktörer som tillsammans har cirka 70 % av marknaden, och resten utgörs av många små aktörer. *För det fjärde* – licensierade webbplatser kan erbjuda lika bra odds som olicensierade, men kan inte erbjuda kampanjer eller bonusar gällande stora live-evenemang, som till exempel FIFA World Cup. *För det femte* – baserat på konsumentundersökningen verkar konsumenter av sportspel ha en medelstor vilja att spela på olicensierade webbplatser.

3. *Hästspel, lotterier och bingo*: *konkurrensen mellan licensierade och olicensierade leverantörer är begränsad.*
   Inom dessa vertikaler kan vi inte identifiera några olicensierade substitut för licensierade webbplatser. För hästspel och lotterier har Svenska Spels och ATG:s befintliga marknadspositioner, som befästs tack vare årtionden av tidigare regulatoriska fördelar. Dessa har i praktiken skapat starka nätverkseffekter där olicensierade alternativ inte har kunnat utveckla konkurrenskraftiga alternativ som lockat konsumenter i någon större omfattning. För bingo är marknadsandelen liten (6 %), och prioriteras inte av marknadens leverantörer. Det konkurrenstryck som olicensierade leverantörer utövar på licensierade är därför nära noll.

4. *Kanaliseringsgraden är 72-78 % för onlinekasinon, 80-85 % för sportspel och 95-100 % för de återstående spelvertikalerna, inklusive hästspel, lotterier och bingo.*
   Dessa uppskattningar av kanaliseringen bygger på en konsumentundersökning, på intervjuer med branschföreträdare och på en empirisk analys av de licensierade leverantörernas utveckling av omsättningen, tillsammans med indikatorer för det totala onlinespelandet. Spelinspektionens skattningar ingår i också underlaget. Genom att noga väga samman alla dessa uppgifter kan uppskattningen av kanaliseringen enligt vår mening betraktas som robust och konservativ.

5. *Kanaliseringsgraden uppvisar en tendens att minska när det gäller onlinekasinon och sportspel.*
   Utvecklingen av kanaliseringsgraden över tid analyseras med hjälp av den faktiska omsättningen för licensierade leverantörer samt härledda indikatorer för det totala spelandet i vertikalerna för kasinospel och sportspel. Vi kan se tydliga tecken på en övergripande nedåtgående volym för dessa vertikaler under Q1 2019. För resten av året, det vill säga Q2-

Q4 2019, ökar inte volymen. Samtidigt finns det starka bevis för att det totala onlinespelandet sakta men säkert växer. Skillnaden mellan dessa två tendenser tyder på en ökad övergång till olicensierade leverantörer. Vi drar därför slutsatsen att kanaliseringsgraden för närvarande minskar.

6. *Den övergripande graden av kanalisering för onlinespel, vilket återspeglar situationen inom alla vertikaler, uppskattas till 81-85 %.*
   Uppskattningen antyder att andelen onlinespel som sker utanför det svenska licenssystemet ligger i intervallet 15-19 %. Uppskattningen överensstämmer i stort sett med Spelinspektionens motsvarande uppskattning på 13-15 %, med tanke på att deras mätning inkluderar sport. och hästspel offline för vilka kanaliseringen är 100 %.

KAPITEL 1

MOTIVATION OCH METODIK

Onlinespelandet i Sverige fick nya rättsliga förutsättningar den 1 januari 2019 när ett licenssystem infördes. Från och med detta datum var leverantörer av onlinespel skyldiga att skaffa en licens för att fortsätta sin verksamhet som tidigare. En skatt på 18 % på spelintäkter samt olika restriktioner infördes för att säkerställa en viss grad av konsumentskydd.

En begränsning som införts av Spelinspektionen har gällt bonuserbjudanden. Licensierade operatörer får endast erbjuda bonusar en gång till varje unik konsument, och regeln gäller alla webbplatser som tillhör samma licensinnehavare. Dessutom finns det vissa begränsningar för hur bonusar kan användas i marknadsföringssyfte gentemot konsumenterna.

De flesta leverantörer, inklusive alla större aktörer på marknaden, sökte och fick så småningom svensk licens kort därefter. Vissa leverantörer valde att inte skaffa en licens, och kringgick på så sätt de skyldigheter som åläggs de licensierade operatörerna. Graden av svenska konsumenters onlinespelande sker på licensierade webbplatser i förhållande till den totala onlinemarknaden kallas kanalisering. Det är allmänt känt att en del av spelomsättningen sker utanför licenssystemet, det vill säga på webbplatser som kontrolleras av bolag som inte har svensk licens och därför inte följer den svenska spellagstiftningen och inte betalar spelskatt.

Graden av kanalisering är kanske den enskilt viktigaste aspekten när man bedömer hur framgångsrik den svenska spelreformen har blivit. Om kanaliseringen minskar kommer ett ökande antal spelare att inte omfattas av de regler som införts för att skydda dem från de negativa effekterna av överdrivet spelande. I regeringens proposition till riksdagen gällande den nya spellagen definierades en kanaliseringsgrad på 90 % som det politiska målet för reformen.[1] Andelen spel inom det svenska licenssystemet, som enligt vår mening uppskattar kanaliseringen i breda drag, uppmättes av Spelinspektionen under 2019.

I det här kapitlet kommer vi i korthet att redogöra för behovet av en alternativ mätmetod för kanaliseringsgraden i Sverige, våra mätmetoder, data samt en översikt av studien.

1.1 BEFINTLIGA UPPSKATTNINGAR

Spelinspektionen publicerade under 2019 två uppskattningar av den andel spel som sker inom det svenska licenssystemet. Även om Spelinspektionen inte använder termen kanalisering, ligger deras definition av kanalisering ganska nära vår, vilket beskrivs närmare i faktaruta 1 nedan. Under Q1-Q2 2019 presenterades[2] en uppskattning på totalt 91 %, vilket föreföll ligga i linje med reformens övergripande mål. I ett pressmeddelande från den 6 november 2019 presenterades en ny uppskattning på 85-87 % gällande Q3 2019. Ingen uttrycklig kommentar lämnades om den uppenbara minskningen med 4-6 procentenheter jämfört med föregående uppskattning, samt det faktum att kanaliseringen låg under målet på 90 %.[3]

---

1 Prop. 2017/18:220, s. 86.
2 Spelinspektionen (2019a).
3 Spelinspektionen (2019b).

Definitionen av kanalisering, inklusive dess förhållande till online- och offline-spelande, har varit föremål för viss förvirring. Vår definition i förhållande till den mätmetod som rapporterats av Spelinspektionen finns sammanfattad i faktaruta 1 nedan.

Faktaruta 1 Vår definition av kanalisering

Den andel av spelandet som sker inom det svenska licenssystemet har uppmätts av Spelinspektionen som de licensierade leverantörernas bruttointäkter dividerat med motsvarande värde för den totala konkurrensutsatta marknaden.

Vad som är konkurrensutsatt och inte kan diskuteras. Den officiella svenska definitionen omfattar allt spelande som äger rum online samt vadhållning både online och offline. Offlinespel omfattar både sportspel och hästspel. Offlinespel i vertikalerna kasinospel, lotteri och bingo är undantagna från definitionen.

I praktiken domineras offline sportspel och offline hästspel totalt av Svenska Spel och ATG, vilket innebär en kanaliseringsgrad på nära 100 % för dessa delar av spelmarknaden.

I vår mätning inkluderar vi endast de delar av marknaden där kanaliseringen kan förväntas avvika från 100 %, och som endast omfattar onlinespel. Vår definition är markerad i svart i figuren nedan. Därför är den officiella definitionen av kanalisering något bredare än den som används i denna rapport.

	Online	Offline
Nätkasino	Alla aktörer	Casino Cosmopol
Sportspel	Alla aktörer	Svenska Spel
Hästspel	Alla aktörer	ATG
Lotterier	Alla aktörer	Svenska Spel
Bingo	Alla aktörer	Regionala aktörer

Inkluderat i måttet som används av Spelinspektionen

Vårt definition av kanalisering

Källa: SOU 2017:30, s. 26–28.

I vår definition av kanalisering inkluderar vi endast *onlinespelande* för alla vertikaler, d.v.s. kasinospel, sportspel, hästspel, lotterier och bingo. Den officiella definitionen av kanalisering är något bredare och inkluderar även marknadssegmenten för *offline* sportspel och *offline* hästspel.

Vi utesluter dessa eftersom de helt domineras av Svenska Spel och ATG, då det inte finns andra kommersiella alternativ, varken licensierade eller olicensierade (såvitt vi vet), och eftersom kanaliseringen här kan förväntas ligga nära 100 %.

Spelinspektionens bedömningar baseras på två källor.

Den *första* källan tar hänsyn till de licensierade leverantörernas nettointäkter från spel (NGR). Denna statistik publiceras regelbundet av Skatteverket och betraktas allmänt som korrekt.

Den *andra* källan är en uppskattning av olicensierat onlinespel i Sverige, vilken framställs av det brittiska konsultföretaget H2 Gambling Capital (H2GC), en erkänd leverantör av marknadsinformation med global verksamhet. Den bygger på information från leverantörer med licens i andra jurisdiktioner än den svenska, vilken H2GC regelbundet samlar in och rapporterar till sina kunder, däribland Spelinspektionen. De uppgifter som tillhandahålls omfattar värden per kvartal för NGR i miljoner kronor, fördelade mellan operatörer ”Offshore” som inte innehar svensk licens, och ”Onshore” vilket syftar på licensierade operatörer. Uppskattningarna redovisas kvartalsvis för 2018 och 2019, inklusive prognoser.

Förhållandet mellan de två källorna definierar den andel av de svenska konsumenternas spelande på den konkurrensutsatta marknaden som sker utanför det svenska licenssystemet, vilket illustreras i figur 1 nedan.

Figur 1
Spelinspektionens estimat av spelande som sker utanför det svenska licenssystemet, Q1-Q2 2019
MSEK

Spelmarknaden kvartal 1 och 2 2019

MSEK, nettoomsättning (spelarnas insatser - vinster), fördelad på licenstyp	Kvartal 1 2019	Kvartal 2 2019	
Kommersiellt onlinespel (t ex nätkasino) och vadhållning**	3 356	3 450	Källa: Skatteverket
Statligt lotteri och värdeautomatspel	1 420	1 413	
Statligt kasinospel (Casino Cosmopol)	234	245	
Spel för allmännyttiga ändamål, rikslotterier	838	925	
Spel för allmännyttiga ändamål, bingo	i.u	i.u	
Landbaserat kommersiellt spel (restaurangkasino)	47	50	
Summa aktörer med svensk licens	**5 895**	**6 082**	
Summa aktörer utan svensk licens	**383**	**324**	Källa: H2GC
Summa hela marknaden	**6 278**	**6 406**	

Spelinspektionens estimat beräknas som:
(3 356 + 3 540)/(3 356 + 3 540 + 383 +324) = 91 %

Källa: Spelinspektionen (2019a).

Spelinspektionens uppskattning på 91 % avser perioden Q1-Q2 2019 och publicerades på Spelinspektionens hemsida i augusti 2019. Den efterföljande uppskattningen på 85-87 %, som utnyttjade samma metodik men utan bakomliggande dokumentation, publicerades i november 2019.

Vi anser av två skäl att dessa uppskattningar inte visar den faktiska graden av kanalisering.

För det första –det är ett sammanlagt mått bestående av kanaliseringsgraden för olika vertikaler av onlinespel. Vissa av dessa vertikaler, som till exempel hästspel och lotterier, förväntas uppvisa en hög grad av kanalisering på grund av de nuvarande marknadsvillkoren. Uppskattningen döljer därför korrekt kanaliseringsgrad i vertikaler som onlinekasinon, där det finns skäl att misstänka en betydligt lägre grad av kanalisering.

För det andra – det är osannolikt att uppskattningen fångar upp hela marknaden. Vi har ingen anledning att tro att de rapporterade värdena från H2GC skulle vara missvisande i någon riktning när det gäller NGR för de leverantörer som ingår i det arrangemang för informationsinhämtning som skapats för just detta ändamål. Vi är dock inte säkra på att H2GC:s bevakning fångar upp allt olicensierat spelande av svenska konsumenter. Gruppen av olicensierade leverantörer är heterogen och uppvisar en betydande grad av omsättning då nya operatörer hela tiden kommer in på marknaden och andra lämnar den. Innebörden är att den verkliga graden är lägre än de 85-91 % som rapporterats. Dessa uppskattningar kan därför betraktas som en övre gräns för det faktiska värdet.

Av dessa skäl är det välmotiverat att komplettera Spelinspektionens uppskattningar med mätmetoder baserade på en alternativ metodik. Vår metod beskrivs i nästa avsnitt.

1.2 VÅR METOD, DATA SAMT DISPOSITION

Vi använder Spelinspektionens uppskattning som en övre gräns för kanaliseringen och kompletterar den med andra metoder. Vår metod tar hänsyn till de inneboende skillnaderna mellan spelvertikalerna och syftar till att mäta kanaliseringsgraden för varje enskild vertikal.

Vi ställer tre frågor:

1. *Hur hård är konkurrensen från olicensierade leverantörer inom de olika spelvertikalerna?*
   Graden av konkurrens beror i hög grad på graden av utbytbarhet mellan licensierade och olicensierade leverantörer, och på de olicensierade webbplatsernas relativa attraktionskraft när det gäller produktutbud. Bedömningen är kvalitativ och genomförs ur ett konsumentperspektiv. Viktiga attribut som avgör konsumenternas val beaktas, som till exempel underhållningsvärde, vinstsannolikhet, bonussystem och utseende. Hårdare konkurrens från olicensierade leverantörer skulle normalt förknippas med en lägre grad av kanalisering. Vi använder en uppsättning hjälpmedel som används inom konkurrensekonomi.

2. *Hur hög är kanaliseringsgraden inom varje vertikal?*
   Kanaliseringsgraden beräknas med hjälp av en konsumentundersökning, genom att intervjua företrädare för licensierade leverantörer samt genom att analysera marknadsinformation och graden av utbytbarhet mellan licensierade och olicensierade leverantörer.
3. *Är kanaliseringsgraden stabil, ökande eller minskande?*
   Vi härleder kanaliseringens utveckling genom att jämföra den licensierade

spelomsättningen över tid med den totala omsättningen på onlinemarknaden. Det senare representeras av en rad olika indikatorer för onlinespel i Sverige. Skillnaden mellan dessa tendenser ger oss en uppskattning av kanaliseringsgraden och en indikation på trenden.

Frågorna analyseras med hjälp av fyra kategorier av data, som är av både kvalitativ och kvantitativ karaktär.

För det första – vi genomförde en skrivbordsstudie av tidigare rapporter, offentliga förfrågningar och officiell information, samt besökte leverantörernas webbplatser för onlinespel.

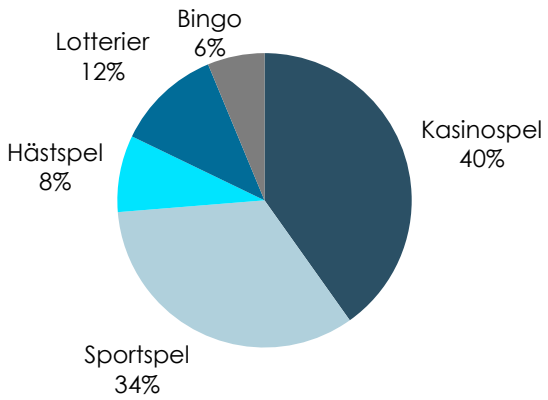
För det andra – vi intervjuade de stora licensierade leverantörerna av onlinespelprodukter i Sverige. Intervjuerna omfattade en rad olika frågor med särskilt fokus på den senaste konkurrensutvecklingen, etableringshinderen inom de olika vertikalerna samt anekdotiska bevis för karaktären och graden av olicensierade leverantörer på marknaden.

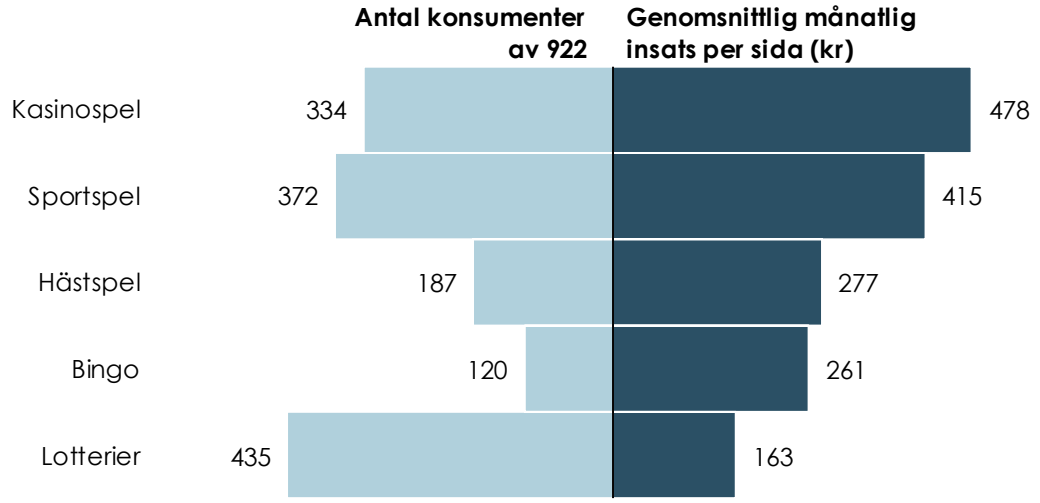
För det tredje – vi genomförde en konsumentundersökning om vanor gällande onlinespel, med 1 000 svaranden som hade spelat online minst en gång under de senaste tre månaderna. Frågorna utformades för att fånga graden av kanalisering inom varje vertikal och för att identifiera viktiga faktorer för spelbeteende. Undersökningen har tagits fram av det välkända marknadsundersökningsföretaget Ipsos och baserades på deras onlinepanel. Detaljerna i undersökningen presenteras i bilaga B.

Eftersom inte mycket är känt om den relativa betydelsen av de enskilda vertikalerna på den svenska marknaden för onlinespel, är resultaten av undersökningen också av intresse för oberoende aktörer. Som framgår av Figur 2, representerar kasinospel och sportspel 74 %(=40+34) av det totala spelandet i undersökningen, vilket överträffar de andra vertikalerna lotterier på 12 %, hästspel på 8 % och bingo på 6 %. Andelarna kan betraktas som grova uppskattningar för vertikalerna inom onlinesegmentet på den svenska spelmarknaden.

Spelbeteendet online skiljer sig också mellan vertikalerna, vilket ses i den nedre delen av samma figur. Ungefär hälften av de svarande har spelat på kasinospel, något färre på sportspel och lotterier. När det gäller insatserna skiljer de sig också åt: den genomsnittliga månatliga totala insatsen är 163 kronor för lotterier, jämfört med 478 kronor för kasinospel och 415 kronor för sportspel. I jämförelse är hästspel och bingo betydligt mindre vanliga och med insatser som är ungefär hälften så stora jämfört med kasinospel och sportspel.

Figur 2
Konsumentundersökningen: Marknadsandelar per vertikal och förekomst av spel
Procentuell andel av total insats (per månad), antal spelare och genomsnittlig insats i kr





Not: Det är inte möjligt att summera antalet spelare eftersom många spelar i flera vertikaler Båda figurerna är baserade på spelvanor hos 922 onlinespelkonsumenter.
Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

För det fjärde – vi har samlat in månatliga NGR-data från 13 av de största licensierade leverantörerna av online kasinospel och sportspel på den svenska marknaden, och som tillsammans representerar mer än hälften av onlinemarknaden inom dessa vertikaler. De insamlade uppgifterna gör att vi kan härleda kanaliseringen i den residualanalys som beskrivs ovan.

Här följer en översikt av studien. Kapitel 2 tar upp den första frågan ovan om konkurrensen mellan licensierade och olicensierade leverantörer inom var och en av vertikalerna. Analysen har en kvalitativ omfattning och tittar på varje vertikal ur fem olika perspektiv. I kapitel 3 tar vi upp den andra och tredje frågan om grad och utveckling av kanaliseringen. Vi presenterar en övergripande uppskattning av kanaliseringsgraden inom vertikalerna samt den mest sannolika utvecklingen under de kommande åren med tanke på den senaste trenden.

KAPITEL 2

KONKURRENSEN MELLAN LICENSIERADE OCH OLICENSIERADE WEBBPLATSER FÖR ONLINESPEL

I det här kapitlet bedömer vi graden av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser inom varje vertikal. En viktig aspekt är graden av utbytbarhet mellan dem samt produktutbudets relativa attraktionskraft.

Den viktigaste slutsatsen är att konkurrensen är hård inom kasinospel, medelhård inom sportspel, och betydligt svagare inom de återstående vertikalerna. Analysen bygger på fem studerade aspekter där vi ser stora variationer mellan vertikalerna.

De fem aspekter som studerades är:

- **Tillgänglighet:** Hur många olicensierade alternativ finns? Hur lätta är de att hitta och använda?
- **Likheter:** Hur lika är licensierade och olicensierade webbplatser vad gäller betalningslösningar, produktkvalitet och funktionalitet?
- **Etableringshinder:** Hur svårt är det att etablera en ny webbplats för spel, inklusive IT-infrastruktur samt att hitta ett tillräckligt antal konsumenter?
- **Attraktivitet**: Hur attraktiva är de olicensierade alternativen, till exempel vad gäller bonuserbjudanden, vinstchanser och underhållningsvärde?
- **Konsumentbenägenhet:** Hur benägna är konsumenterna att spela på olicensierade webbplatser?

På grundval av faktiska bevis har vi bedömt vikten av var och en av dessa aspekter, vilket ligger till grund för vår övergripande utvärdering av graden av konkurrens inom de fem vertikalerna.

Vi finner att **tillgängligheten** för olicensierade alternativ är hög för kasinospel, medelhög för sportspel och låg för de andra vertikalerna. Olicensierade kasinowebbplatser är lätta att hitta och använda, till exempel genom relaterade webbplatser (så kallade *affiliates*). Webbplatser för sportspel är också lätta att hitta, till exempel genom jämförelsesidor, men är ibland komplicerade att komma åt för svenska konsumenter. Inget av detta gäller för hästspel, lotterier och bingo. Eftersom vi uppskattade tillgängligheten som låg för dessa vertikaler, bedömer vi bara etableringshinderen på grundval av de återstående faktorerna. Graden av **likhet** är hög för kasinospel och sportspel, vilket innebär att konsumenterna kan använda samma eller liknande spel och produkterbjudanden, samt välja bland samma betalningslösningar på både licensierade och olicensierade webbplatser. **Attraktivitet** uppskattas som hög för kasinospel och sportspel baserat på möjligheter att erbjuda attraktiva bonussystem och odds samt efterfrågan från konsumenter. **Etableringshindren** uppskattas vara låga för kasinospel, på grund av den stora möjligheten att använda underleverantörer, samt medelhög för sportspel på grund av behovet av liveuppdateringar och lägre marknadskoncentration. **Konsumentbenägenheten** att spela på olicensierade webbplatser är medelhög för kasinospel och för sportspel.

Bevisen tyder på en hög grad av konkurrens inom kasinospel, en medelhög/hög grad av konkurrens inom sportspel och en låg grad av konkurrens inom hästspel, lotterier och bingo, se Tabell 1.

Tabell 1
Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser

KONKURRENSA-SPEKTER	KASINOSPEL	SPORTSPEL	HÄSTSPEL, LOTTERIER OCH BINGO
Tillgänglighet	Hög	Medelhög	Låg
Likheter	Hög	Hög	-
Etableringshinder	Hög	Medelhög	Låg
Attraktivitet	Hög	Hög	-
Konsumentbenägenhet	Medelhög	Medelhög	-
Grad av konkurrens	**Hög**	**Medelhög/hög**	**Låg**

Not: Tillgänglighet = Är olicensierade webbplatser tillgängliga för konsumenter? Likheter = Liknar licensierade och olicensierade webbplatser varandra? Etableringshinder = Är det enkelt eller svårt att komma in på marknaden? Attraktivitet = Hur attraktiva är olicensierade webbplatser? Konsumentbenägenhet = Hur benägna är konsumenterna att spela på olicensierade webbplatser?
Källa: Copenhagen Economics

Grunden för dessa bedömningar beskrivs och förklaras i återstoden av detta kapitel. Huvuddragen är följande: Vi bedömer varje vertikal utifrån de fem aspekterna med hjälp av data från primära och sekundära källor, bevis från intervjuer och skrivbordsstudier. I avsnitt 2.1 bedömer vi kasinospel, i avsnitt 2.2 bedömer vi sportspel och i avsnitt 2.3 bedömer vi hästspel, lotterier och bingo.

2.1 KASINOSPEL: HÖG GRAD AV KONKURRENS

Vi finner att licensierade onlinekasinon står inför en hög grad av konkurrens från olicensierade onlinekasinos, främst eftersom de liknar licensierade sidor och är lättillgängliga. Olicensierade onlinekasinon möter inte några större etableringssvårigheter och de kan ofta erbjuda konsumenterna lika eller mer attraktiva produkter. Konsumenter av kasinospel verkar ha en medelhög benägenhet att spela på olicensierade webbplatser, se Tabell 2.

För det första – Vi finner att **tillgängligheten** för olicensierade kasinowebbplatser är hög. Det finns olika sätt för konsumenterna att hitta olicensierade onlinekasinon. Konsumenterna kan till exempel tipsa varandra om olicensierade sidor i trådar på internetforum. Dessutom kommer en sökning på Google att leda konsumenterna till olicensierade alternativ. Det kanske vanligaste och bekvämaste alternativet för konsumenter som söker olicensierade onlinekasinon är att använda en relaterad webbplats, en så kallad *affiliate*. *Affiliates* arbetar i samarbete med kasinon, vanligtvis med en ersättningsmodell av typen *pay-per-click*, och deras funktion är att göra olika onlinekasinon mer tillgängliga och lättare att hitta för konsumenterna. De erbjuder jämförelser och recensioner av både licensierade och olicensierade sidor för konsumenterna. Till exempel marknadsför Goplay.se sin lista över olicensierade webbplatser med hjälp av följande sex motiveringar: ingen

Spelpaus, fler bonusar, endast kasinospel, VIP-kampanjer, snabba utbetalningar, inga insatsgränser.[4]

Tabell 2
Kasinospel: Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser

KONKURRENSASPEKTER	BEDÖMNING
Tillgänglighet	Hög
Likheter	Hög
Etableringshinder	Hög
Attraktivitet	Hög
Konsumentbenägenhet	Medelhög
Grad av konkurrens	**Hög**

Not: Tillgänglighet = Är olicensierade webbplatser tillgängliga för konsumenter? Likheter = Liknar licensierade och olicensierade webbplatser varandra? Etableringshinder = Är det enkelt eller svårt att komma in på marknaden? Attraktivitet = Hur attraktiva är olicensierade webbplatser? Konsumentbenägenhet = Hur benägna är konsumenterna att spela på olicensierade webbplatser?
Källa: Copenhagen Economics

Eftersom det inte finns något regelverk för B2B, utgör inte *affiliate*-sidornas verksamhet något brott mot den nuvarande svenska lagstiftningen gällande onlinespel. Enligt det nuvarande juridiska ramverket är det dock inte tillåtet för olicensierade onlinekasinon att marknadsföra sig direkt mot konsumenterna. Vi har sett att Spelinspektionen har vidtagit åtgärder mot företag av denna anledning.

Ibland förlorar licensierade webbplatser sin licens, främst på grund av oegentligheter. Konsumenterna kan förbli lojala och fortsätta spela även om de sedan spelar på en olicensierad sida.

För det andra – vi finner att det finns många **likheter** mellan licensierade och olicensierade sidor. Licensierade och olicensierade kasinon ser likadana ut rent visuellt.[5] Grafiken är liknande, ofta temabaserade som till exempel rymdfärd eller djungel, med blinkande ljus och rörliga bilder.

Dessutom erbjuder licensierade och olicensierade sidor spel från samma spelutvecklare. Vissa olicensierade sidor blockerar svenska användare från spel från vissa utvecklare, till exempel är spel från NetEnt blockerade för svenska konsumenter på casoo.com[6] och Avalon 78[7]. Baserat på ytterligare intervjuer med branschrepresentanter förstår vi att vissa utvecklare proaktivt försöker hindra att deras applikationer körs på olicensierade sidor som är aktiva mot svenska konsumenter.

En annan aspekt av likheter är betalningslösningar. Välkända företag som VISA, Mastercard och Trustly finns ofta tillgängliga på både licensierade och olicensierade sidor. Vissa olicensierade sidor,

4 Goplay.se (2020a). Det finns många andra affiliates.
5 Se skärmdumpar av licensierade och olicensierade webbplatser i bilaga A.
6 Goplay.se (2020b).
7 Avalon 78 (2020) och Goplay.se (2020c).

liksom licensierade sidor, erbjuder direkt banköverföring med Bank-ID.[8] En skillnad mellan de licensierade och olicensierade sidor som vi har analyserat, är att olicensierade sidor ofta erbjuder fler tillgängliga betalningslösningar.[9] En möjlig förklaring till detta är att olicensierade sidor tenderar att ha en mer global publik, medan licensierade sidor riktar sig till svenska konsumenter och därför anpassar de tillgängliga betalningslösningarna på sin svenska domän.

För det tredje – vi finner att **etableringshindren** är låga för kasinospel. Utifrån intervjuer med representanter för licensierade kasinosidor förstår vi att det är möjligt att bygga en sida nästan uteslutande med hjälp av användningsklar och lättimplementerad programvara från underleverantörer. Många olicensierade sidor drivs dock av redan etablerade företag[10] med en befintlig infrastruktur som de enkelt kan implementera.[11] När en kasinosida väl är igång, krävs ett begränsat löpande underhåll jämfört med till exempel sidor för sportspel, som kräver ett mer kontinuerligt underhåll i form av uppdateringar av nyheter och liknande.

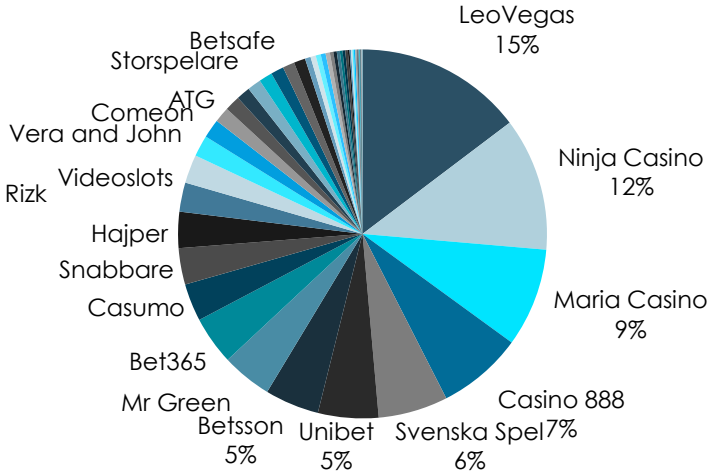
Utifrån Figur 3, som bygger på konsumentundersökningen, kan vi konstatera att marknaden för onlinekasinon kännetecknas av en låg koncentration och många aktörer. Vi kan till exempel konstatera att:

- den största sidan, Leo Vegas, bara står för en marknadsandel på 15 %;
- det bara finns två sidoa, Leo Vegas och Ninja Casino, med en marknadsandel på 10 % eller mer;
- ytterligare fem sidor har marknadsandelar i intervallet 5–10 %, och;
- summan av marknadsandelen för de tre största sidorna är cirka 36 %, vilket kan betraktas som lågt jämfört med de flesta branscher.

Denna marknadsstruktur illustrerar frånvaron av allvarliga etableringshinder för onlinekasinon.

8 Se skärmdumpar av licensierade och olicensierade webbplatser i bilaga A.
9 Se skärmdumpar av licensierade och olicensierade webbplatser i bilaga A.
10 Till exempel N1 Interactive Ltd.
11 Intervjuer med representanter för flera spelbolag under Q1 2020.

Figur 3
Spelsidor för kasino som används av svenska konsumenter
Andel av alla insatser (de mindre spelsidorna är inte utmärkta av utrymmesbrist)



Not: Figuren är baserad på spelvanor hos 344 konsumenter som spelar på kasinospel online.
Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

För det fjärde – vi finner att olicensierade kasinosidor är minst lika **attraktiva** för konsumenterna som licensierade sidor. Huruvida en sida är attraktiv eller inte är subjektivt och skiljer sig mellan vertikalerna. Här bedömer vi attraktiviteten utifrån underhållningsvärde i form av upplevelse och bonussystem.

Underhållningsvärdet kan i vissa avseenden vara högre på olicensierade sidor eftersom dessa inte begränsas av ett regelverk. Licensierade företag har en omsorgsplikt, det vill säga en skyldighet att skydda spelare från överdrivet spelande. Detta tar sig uttryck på olika sätt: de måste till exempel informera konsumenterna om vinstchanser och regler, konsumenterna kan inte spela anonymt och de måste aktivt bekräfta alla insatser. Dessutom kan spelen inte utformas för att skapa en känsla av att ”nästan vinna” och de måste vänta i tre sekunder mellan spins på spelautomater.[12]

Utifrån intervjuer förstår vi att bonussystem har en lång tradition inom kasinospel.

> Kasinobranschen har alltid varit baserad på att erbjuda konsumenten något extra, och det finns en mycket stark bonuskultur som licensierade kasinon inte kan delta i.

Källa: Intervju med branschrepresentant den 10 februari 2020.

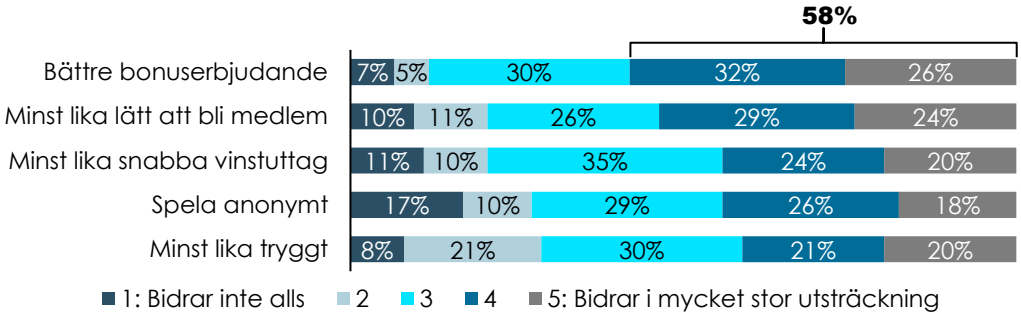
Licensierade leverantörer kan inte erbjuda bonusar kontinuerligt, utan endast för nya kunder i form av en ”välkomstbonus”. Den kan endast delas ut en gång per konsument och licens, vilket innebär

[12] LIFS 2018:2, 20 §.

att leverantörer med många sidor men en licens är ännu mer begränsade i användningen av bonussystem. Olicensierade kasinoleverantörer kan dela ut bonusar utan begränsningar och därför överträffa licensierade sådana när det gäller attraktiva bonussystem.

Det kan finnas en dynamisk aspekt när det gäller begränsning av bonussystem. Många konsumenter spelar på flera olika sidor.[13] Eftersom de använder upp tillgängliga bonusar på den licensierade marknaden finns det en risk att de i ökande takt vänder sig till olicensierade sidor, vilket ytterligare minskar graden av kanalisering över tid eftersom den totala attraktionskraften för den licensierade marknaden minskar. Vi har inte kunnat testa denna hypotes med hjälp av tillgängliga data. Av de konsumenter som antingen spelar på eller överväger att spela på olicensierade kasinosidor, håller 58 % med om att bonussystem är en viktig anledning till att de spelar eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor, se Figur 4.

Figur 4
Kasinospelare: Skäl till spel på olicensierade sidor
Procent av konsumenter som spelar eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor, n = 136

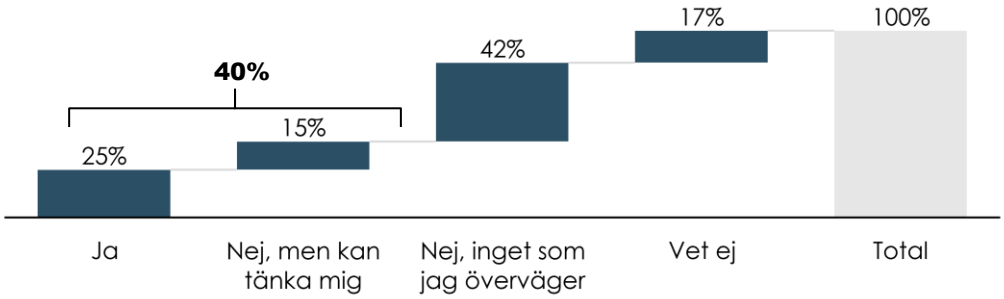


Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

För det femte – vi finner att **konsumentbenägenheten** att spela på olicensierade sidor är medelhög för kasinokonsumenter. Baserat på Ipsos konsumentundersökning, hittar och spelar konsumenterna på olicensierade sidor. Konsumenter som spelar på onlinekasinon verkar vara mer toleranta gentemot olicensierade sidor än andra konsumenter. Av alla konsumenter som spelar på onlinekasinon, är det 40 % som redan spelar eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor, se Figur 5, medan den motsvarande siffran för det totala antalet spelkonsumenter endast är 27 %.[14]

[13] Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics, n=922.
[14] Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics, n=922.

Figur 5
Kasinospelare: Har du spelat på spelsidor som inte har en svensk spellicens?
Procent av konsumenter som spelar på kasinosidor online, n = 334

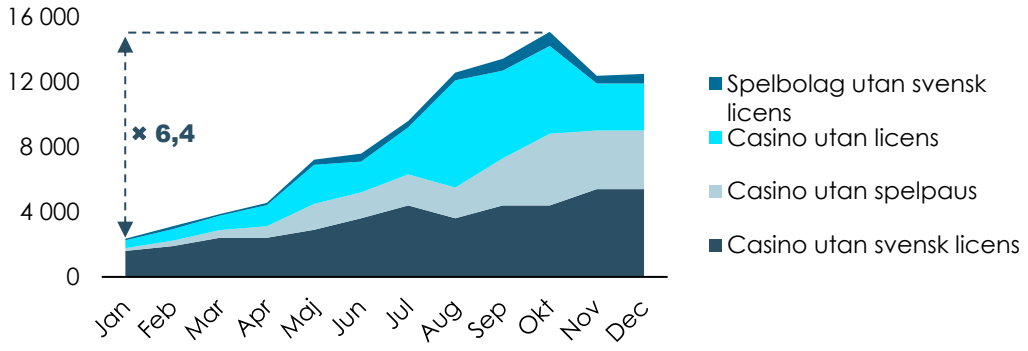


Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

Den främsta anledningen till att vissa konsumenter spelar, eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor är – som nämnts ovan – bättre bonussystem. Men det finns också andra anledningar. Det verkar som att många konsumenter håller med om att det är minst lika lätt att registrera sig, och att utbetalningar sker minst lika snabbt, jämfört med licensierade sidor, se Figur 4. När det gäller säkerhet håller 44 % med om att olicensierade sidor är minst lika säkra som licensierade, och många (44 %) värdesätter möjligheten att spela anonymt.

Sedan den nya lagstiftningen infördes i januari 2019 har Google-sökningar på olicensierade kasinosidor ökat, se Figur 6. Antalet sökningar ökade med faktorn 6,4 mellan bottennoteringen i januari och toppnoteringen i oktober 2019. Det tyder på att vissa konsumenter aktivt letar efter olicensierade alternativ.

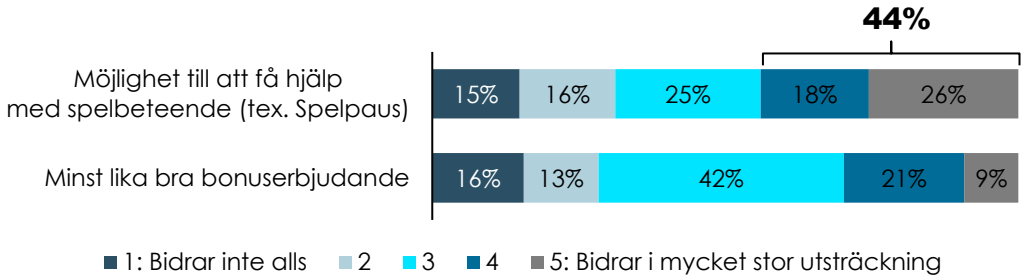
Figur 6
Webbsökningar på sökfraser relaterade till olicensierade kasinon
Antal sökningar per månad 2019



Not: Exakt faktor: 6.44.
Källa: Keyword Finder by Mangools. Sökning genomfördes den 20 februari 2020.

Samtidigt skulle 42 % inte överväga att spela olicensierat. Den främsta anledningen är att de uppskattar möjligheten att få hjälp med att kontrollera sitt spelande, till exempel genom att aktivera Spelpaus, se Figur 7. Av alla kasinospelande konsumenter som inte skulle överväga spel på olicensierade sidor, håller 44 % med om detta. Bonussystem verkar vara av mindre betydelse. Det kan bero på att de inte tycker att bonussystemen är lika attraktiva på de licensierade sidorna.

Figur 7
Kasinospelare: Skäl för att inte spela på olicensierade sidor
Procent av konsumenter inte skulle överväga att spela på olicensierade sidor, n=141



Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

2.2 SPORTSPEL: MEDELHÖG/HÖG GRAD AV KONKURRENS

Vi fann att licensierade sidor för sportspel är utsatta för en medelhög/hög grad av konkurrens från olicensierade sidor. Det finns många olicensierade sidor som liknar licensierade sidor och är lätta att hitta, men de är ibland svåra att använda för konsumenterna. Olicensierade sidor står inför medelstora etableringshinder och erbjuder ofta lika attraktiva odds och kampanjer som de licensierade. Konsumenter av sportspel verkar ha en medelstor benägenhet att spela på olicensierade webbplatser, se Tabell 3.

Tabell 3
Sportspel: Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser

KONKURRENSASPEKTER	BEDÖMNING
Tillgänglighet	Medelhög
Likheter	Hög
Etableringshinder	Medelhög
Attraktivitet	Hög
Konsumentbenägenhet	Medelhög
Grad av konkurrens	**Medelhög/hög**

Not: Tillgänglighet = Är olicensierade webbplatser tillgängliga för konsumenter? Likheter = Liknar licensierade och olicensierade webbplatser varandra? Etableringshinder = Är det enkelt eller svårt att komma in på marknaden? Attraktivitet = Hur attraktiva är olicensierade webbplatser? Konsumentbenägenhet = Hur benägna är konsumenterna att spela på olicensierade webbplatser?
Källa: Copenhagen Economics

För det första – Vi finner att **tillgängligheten** för olicensierade sidor för sportspel är medelhög. Som anges i avsnitt 2.1 är tillgänglighet en förutsättning för alla grader av konkurrens. Liksom för kasinospel är det okomplicerat att hitta olicensierade sidor för sportspel. En Google-sökning kan till exempel leda konsumenter till expertforum med tips samt även direkt till olicensierade alternativ. Men det kanske vanligaste och bekvämaste alternativet är att använda en jämförelsesida. De har en liknande funktion som de relaterade sidor som beskrivs i avsnitt 2.1, och de hjälper konsumenterna genom att samla in, jämföra och rangordna odds från olika spelsidor[15], både licensierade och olicensierade. De finansieras genom att locka konsumenter till spelsidor.[16] Baserat på skrivbordsstudier har vi inte kunnat identifiera några jämförelsesidor som främjar olicensierade alternativ separat från licensierade, eller som i marknadsföringssyfte på något sätt utnyttjar det faktum att en viss sida är olicensierad. Dessutom är vissa olicensierade sidor komplicerade för svenska konsumenter att komma in på och använda. När vi försöker komma in på vissa olicensierade sidor för sportspel, till exempel 1xBet och Mobilebet, får vi ett meddelande om att webbplatserna inte är tillgängliga för svenska konsumenter. Sammantaget bedömer vi tillgängligheten för sportspel vara medelhög.

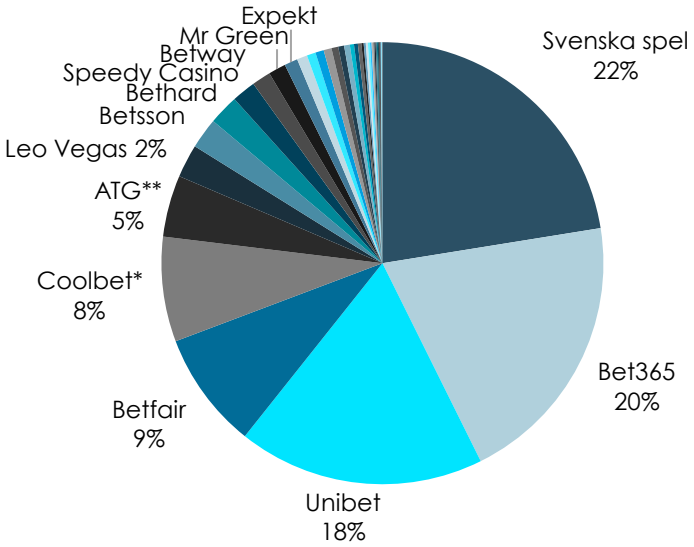
För det andra – vi finner att det finns många **likheter** mellan licensierade och olicensierade sidor. De erbjuder odds på matcher i olika sporter samt innehåll som hjälper konsumenterna till ett så välgrundat spelande som möjligt. Det är troligt att mindre sidor är mindre kapabla att utveckla eller

[15] Se skärmdumpar av licensierade och olicensierade webbplatser i bilaga A.
[16] Se ett exempel på hur ”affiliate-system” är utformade här: https://www.bet365affiliates.com/

köpa relevant innehåll på grund av mindre resurser jämfört med sidor som ägs av stora företag. Utifrån intervjuerna med branschföreträdare framgår det att innehållets kvalitet blir allt viktigare. När man jämför innehållet på den olicensierade sidanBet777 med innehållet på licensierade Unibet, är de likartade vad gäller presenterad statistik och tillgänglig information.[17] För att minska konkurrenstrycket från olicensierade sidor har licensierade leverantörer antagit en strategi för produktdifferentiering, till exempel att investera i utveckling av strömmande innehåll samt andra attribut för att behålla spelare.[18] Olicensierade leverantörer kan dock vara lika kapabla att vidta liknande åtgärder.

För det tredje – vi finner att **etableringshindren** är medelhöga. Marknaden är relativt koncentrerad, se Figur 8. Fyra bolag; Svenska Spel, Bet365, Unibet och Betfair står tillsammans för cirka 70 % av marknaden. Det faktum att dessa företag har kunnat uppnå så stora marknadsandelar kan vara ett tecken på stora etableringshinder, men det finns även många små aktörer.

Figur 8
Sportspelsidor som svenska konsumenter spelar på
Andel av alla insatser (alla sidor är ej utmärkta på grund av brist på utrymme)



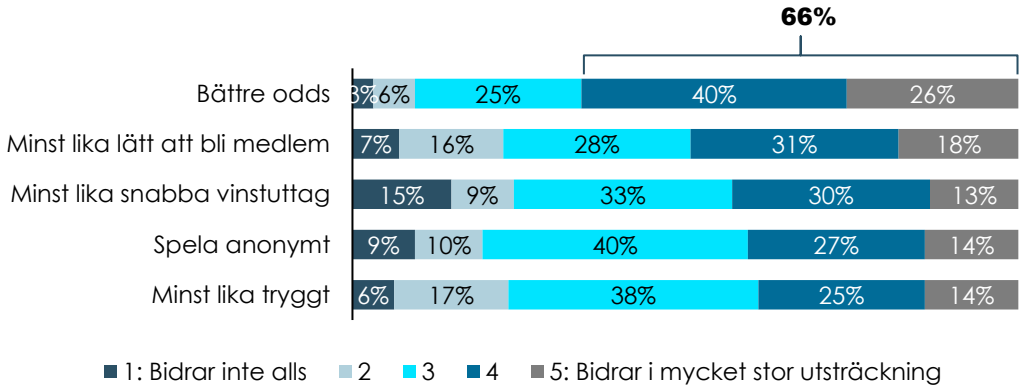
Not: * Coolbets andel drivs av en konsument, ** ATG är exklusive hästspel. Figuren är baserad på spelvanor hos 372 konsumenter som spelar på sportsidor online.
Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

För det fjärde – vi finner vi att olicensierade sidor för sportspel i vissa avseenden kan vara något mer **attraktiva** än licensierade. Huruvida en webbplats är attraktiv eller inte är självklart subjektivt och skiljer sig både mellan individer och vertikaler. Här bedömer vi attraktiviteten baserat på möjligheten att erbjuda bättre odds och kampanjer än licensierade sidor.

[17] Se skärmdumpar av licensierade och olicensierade webbplatser i bilaga A. Bet777 är inte licensierat i Sverige men har en licens hos den belgiska Spelkommissionen.
[18] Intervju med en representant för ett stort licensierat företag, 2020-02-10.

Vi har inte på ett strukturerat sätt kunnat jämföra odds mellan licensierade och olicensierade sidor. Men baserat på data från Ipsos konsumentundersökning kan vi konstatera att av de konsumenter som antingen använder olicensierade sidor för sportspel, eller skulle överväga att göra det, håller 66 % med om att bättre odds är en viktig anledning till varför de spelar, eller skulle överväga att spela på en olicensierad webbplats, se Figur 9. Olicensierade sidor för sportspel kan därför anses vara mera attraktiva inom detta område.

Figur 9
Sportspelkonsumenter: Skäl för att spela olicensierat
Procent av konsumenter som spelar eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor, n=128



Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

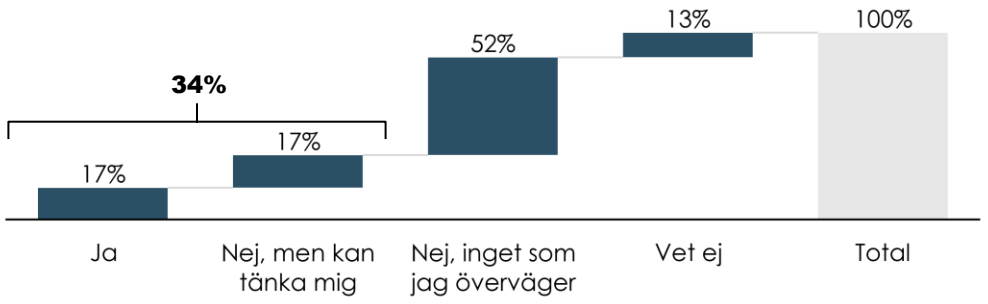
Dessutom kan olicensierade sidor erbjuda evenemangsbaserade kampanjer. Under till exempel FIFA World Cup, en av världens största sportevenemang, kan olicensierade sidor erbjuda kampanjer till konsumenterna i syfte att öka deras spelande. Licensierade sidor får inte erbjuda kampanjer, till exempel i form av gratisspel, och är därför mindre attraktiva.[19]

Liksom för kasinon (se sida 23) kan det finnas en dynamisk aspekt när det gäller begränsning av bonussystem eftersom många konsumenter spelar på olika sidor.[20]

För det femte – vi finner att **konsumentbenägenheten** att spela på olicensierade sidor är medelhög. Baserat på Ipsos konsumentundersökning, hittar och satsar konsumenterna på olicensierade sidor, och de verkar vara mer toleranta gentemot olicensierade sidor än andra spelkonsumenter. Av alla konsumenter som spelar är det 34 % som redan spelar eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor, se Figur 10, medan den motsvarande siffran för det totala antalet spelkonsumenter endast är 27 %.[21]

[19] Intervju med branschrepresentant 2020-02-11.
[20] Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics, n=922.
[21] Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics, n=922.

Figur 10
Sportspelkonsumenter: Har du spelat olicensierat?
Procent av konsumenter, n=372

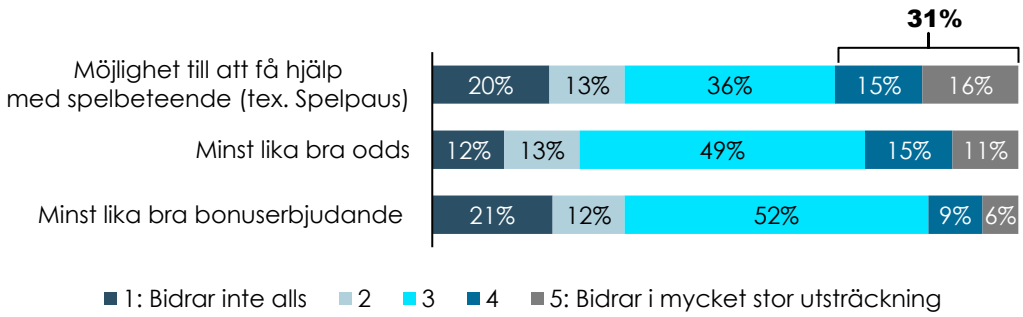


Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

Den främsta anledningen till att vissa konsumenter spelar, eller skulle överväga att spela på olicensierade sidor är – som nämnts ovan – bättre odds. Men det finns också andra anledningar vilket framgår av Figur 9. Att kunna spela anonymt uppskattas av vissa och anges av 43 % som en anledning att spela på olicensierade sidor. Dessutom verkar det som att många konsumenter håller med om att det är minst lika lätt att registrera sig (även om resultat från våra skrivbordsstudier motsäger detta), och att utbetalningar sker minst lika snabbt jämfört med licensierade sidor, se Figur 9. När det gäller säkerhet håller 39 % med om att olicensierade sidor är minst lika säkra som licensierade sidor, och 38 % angav en trea på en femgradig skala, vilket antyder att säkerhet är av måttligt vikt.

Mer än hälften av alla konsumenter skulle inte överväga att spela på en olicensierad sida, se Figur 10. När det gäller kasino uppskattar konsumenterna möjligheten att få hjälp att kontrollera sitt spelande och 31 % håller med om detta, se Figur 11. Odds och bonussystem förefaller mindre viktigt. Nästan hälften av konsumenterna angav tre på en femgradig skala när det gällde vikten av både odds och bonussystem. Detta kan antingen tyda på att de inte betraktas som viktiga, eller att odds och bonussystem är mindre attraktiva på licensierade sidor.

Figur 11
Sportspelkonsumenter: Skäl för att inte spela olicensierat
Procent av konsumenter som inte skulle överväga att spela på olicensierade sidor, n=195



Källa: Ipsos konsumentundersökning på uppdrag av Copenhagen Economics.

2.3 HÄSTSPEL, LOTTERIER OCH BINGO: LÅG GRAD AV KONKURRENS

Vi finner att tillgängligheten för olicensierade alternativ inom hästspel, lotterier och bingo är låg. Därför bedömer vi inte likheter, attraktivitet eller konsumentbenägenhet. Etableringshindren uppskattas vara höga på grund av starka etablerade aktörer, se Tabell 4.

Tabell 4
Hästspel, lotterier och bingo: Grad av konkurrens mellan licensierade och olicensierade webbplatser

KONKURRENSASPEKTER	BEDÖMNING
Tillgänglighet	Låg
Likheter	-
Etableringshinder	Låg
Attraktivitet	-
Konsumentbenägenhet	-
Grad av konkurrens	**Låg**

Not: Tillgänglighet = Är olicensierade webbplatser tillgängliga för konsumenter? Likheter = Liknar licensierade och olicensierade webbplatser varandra? Etableringshinder = Är det enkelt eller svårt att komma in på marknaden? Attraktivitet = Hur attraktiva är olicensierade webbplatser? Konsumentbenägenhet = Hur benägna är konsumenterna att spela på olicensierade webbplatser?
Källa: Copenhagen Economics

På grund av nätverkseffekter inom hästspel och lotterier bedömer vi att graden av konkurrens kan vara något lägre inom hästspel och lotterier än inom bingo.

För det första – vi finner att **tillgängligheten** för olicensierade alternativ är låg inom alla tre vertikalerna. Vi har inte kunnat hitta några exempel på olicensierade företag som erbjuder hästspel. De befintliga relaterade sidorna fokuserar på kasinospel, inte på lotterier och bingo. Jämförelsesidor för trav och galopp finns, även om fasta odds inte är den mest populära typen av spel, men vi kommer tillbaka till detta nedan.

Eftersom tillgängligheten för olicensierade alternativ är låg, bedömer vi inte likheten mellan licensierade och olicensierade sidor. Detsamma gäller attraktivitet och konsumentbenägenhet.

Det är dock möjligt att bedöma **etableringshindren** vilken uppskattas vara höga. Detta beror på de etablerade aktörernas starka ställning i alla vertikaler, och även på att hästspel är beroende av nätverkseffekter.

ATG dominerar hästspel i Sverige. Företaget grundades av staten och fick monopolstatus på 1970-talet. Företaget grundades för att förbättra och stabilisera den ekonomiska situationen inom trav

och galopp i Sverige.[22] ATG ägs till 90 % av Svensk Travsport och till 10 % av Svensk Galopp, och är statskontrollerad genom styrelsens sammansättning.[23] Monopolet avskaffades när den nya spellagen trädde i kraft den 1 januari 2019,[24] vilken tillåter andra företag att erbjuda hästspel.

I likhet med hästspel har statliga Svenska Spel en dominerande ställning på lotteri- och bingomarknaderna tack vare tidigare lagstadgade privilegier. Deras produkter syns regelbundet i populära *Nyhetsmorgon* och marknadsförs kraftigt i kiosker. Andra starka aktörer på dessa marknader är ideella organisationer. IOGT-NTO som äger *Miljonlotteriet* och *Ideella Folkspel* som äger *Bingolotto* är exempel på sådana organisationer.

Det förefaller som att olicensierade alternativ inte har kunnat utveckla konkurrenskraftiga alternativ som lockat konsumenter i någon större utsträckning. Vi anser att det konkurrenstryck som olicensierade leverantörer utövar på licensierade i stort sett är försumbart.

En annan svårighet inom hästspel är dess struktur. Det finns olika sätt att satsa på hästar, men de flesta satsningar sker inom delade vinstpooler där storleken på en spelares vinster bestäms av andra spelares spelbeteende.

Andra företag har kommit in på marknaden med varierande erbjudanden till konsumenter, men har tillsammans bara lyckats ta ungefär eller mindre än en procent av marknaden.[25] Några exempel på företag:

- Betsson och NordicBet[26] erbjuder konsumenterna att satsa på specifika lopp, med startprisodds (SP) och fasta odds. SP-oddsen kommer från ATG vilket innebär att oddsen sätts när alla insatser har slutförts.
- Bet365 och Unibet erbjuder fasta odds, vilket innebär att spelaren hela tiden vet vilket avkastning en vinst ger.[27]
- LegolasBet är det enda företaget förutom ATG som har etablerat ett oberoende poolspelsystem, där det poolade beloppet från alla deltagare fördelas på vinnarna.[28] I mars 2020 beslutade LegolasBet att avsluta sin verksamhet med hänvisning till utmaningar gällande Covid-19.[29]

---

22 ATG. *ATG the Company*. http://www.swedishhorseracing.com/about (inhämtad den 23 januari, 2020), SOU 1991:7 Sportslig och ekonomisk utveckling inom trav- och galoppsporten, Trav och Galoppsport i Sverige, Ds Jo 1972:8, och regeringens proposition 1973:113.

23 ATG. *Styrelse och ledning*. https://tillsammans.atg.se/om-atg/styrelse-och-ledning (inhämtad den 22 april, 2020).

24 ATG.2018. *Klart i dag – ATG får erbjuda sport- och casinospel*. 30 november. https://www.atg.se/nyheter/90820-klart-i-dag-atg-far-erbjuda-sport-och-casinospel. (inhämtad den 21 januari, 2020)

25 Copenhagen Economics baserat på konfidentiella NGR-uppgifter från 12 spelbolag samt information som samlats in från ATG (2019) Delårsrapport 1 januari – 30 september 2019, not 3 och ATG (2020) Tillväxt för ATG under 2019. 23 januari 2020. https://omatg.se/media/#/pressreleases/tillvaext-foer-atg-under-2019-2963486 (Inhämtad den 14 februari 2020)

26 NordicBet ägs av Betsson.

27 Travstugan. Vart kan jag spela på trav?. https://travstugan.se/guide/var-kan-jag-spela-pa-trav (inhämtad den 21 januari, 2020).

28 LegolasBet. FAQs (V 1.0). https://www.legolasbet.se/faqs (inhämtad den 21 januari, 2019).

29 Se till exempel Travronden. Vd:n – ”Vi lägger ned”. 2020-03-30. https://www.travronden.se/nyheter/sport/vdn-vi-lagger-ned-158599 (inhämtad den 2 april, 2020).

Alla ovan nämnda exempel på företag som är verksamma inom hästspel är licensierade.[30] Även om det kan finnas olicensierade företag som är verksamma på marknaden, bedömer vi att deras andel är begränsad.

[30] Den 23 januari 2020. Se en uppdaterad lista över företag med giltiga licenser på https://www.spelinspektionen.se/licensansokan/bolag-med-spellicens/.

KAPITEL 3

KANALISERING: VÅR BEDÖMNING

I det här kapitlet presenterar vi vår bedömning av kanaliseringsgraden baserat på alternativa metoder. Vi är medvetna om att alla bedömningar av kanalisering är föremål för osäkerhet. För att minska mätosäkerheten har vi tagit hänsyn till en rad olika källor till kvantitativa data, utöver de kvalitativa data som presenteras i kapitel 2.

Vår bedömning av den totala kanaliseringen på marknaden för onlinespel är 81–85 %.

Vi drar också slutsatsen att de grundläggande skillnaderna i konkurrens mellan vertikalerna innebär att kanaliseringsgraden skiljer sig mellan de olika vertikalerna. Kanaliseringsgraden för kasinospel är 72–78 % och 80–85 % för sportspel, samt 95–98 % i de återstående vertikalerna, se Tabell 5.

Tabell 5
Beräknad kanaliseringsgrad

VERTIKAL	VÅR BEDÖMNING	SPELINSPEKTIONENS BEDÖMNING
Nätkasino	72–78 %	ej tillgängligt
Sportspel	80–85 %	ej tillgängligt
Hästspel	98 %	ej tillgängligt
Lotterier	95 %	ej tillgängligt
Bingo	95 %	ej tillgängligt
Totalt	**81–85 %**	**85–87 %***

Not: *Spelinspektionens bedömning från november 2019, med hänvisning till den andel av spelandet som sker utanför det svenska licenssystemet. Se faktaruta 1 för mer information.
Källa: Copenhagen Economics och Spelinspektionen (2019b)

Dessutom kan vi se att den mest sannolika trenden för kanalisering inom nätkasino och sportspel är en minskning efter 2019. Även om den dramatiska minskningen av spelvolymerna under Q1 2019 stabiliserades under resten av året kan vi ändå konstatera en stadig ökning av den totala marknaden. Ökningen återspeglas inte hos spelvolymerna från de licensierade operatörerna.

Vi drar därför slutsatsen att kanaliseringen kommer att minska ytterligare i vertikalerna för onlinekasinon och sportspel.

Kapitlet har följande disposition. I avsnitt 3.1 beskriver vi vår analys av kanaliseringsgraden och i avsnitt 3.2 presenterar vi vår analys av trenden för kanalisering.

3.1 GRADEN AV KANALISERING

Vi baserar vår bedömning av kanaliseringsgraden på tre olika metoder samt en rad olika källor. Huvudsyftet med vår analys är att bedöma den totala kanaliseringsgraden, samt separat för varje vertikal.

Vi bedömer graden av kanalisering för varje vertikal med hjälp av följande metoder:

A) **'Top-down'-metod baserad på Spelinspektionens bedömning:** Vi delar upp Spelinspektionens övergripande bedömning (85 %) och fördelar andelen licensierat spelande på vertikalerna baserat på de marknadsbevis som presenteras i kapitel 2.
B) **Ipsos konsumentundersökning:** Vi beräknar kanaliseringsgraden med hjälp av vår konsumentundersökning.
C) **Residualanalys:** Vi använder NGR-data[31] från 13 spelbolag och indikatorer på totalt spelande för att bedöma andelen olicensierat spel.

Vår bedömning är att metod **A** och **C** ger robusta estimat av kanaliseringsgraden. Metod **B** är mindre robust på grund av den relativt låga andelen spelare med höga insatser som fångades av konsumentundersökningen jämfört med den totala fördelningen av spelare. Till sist presenterar vi vår bedömning av kanaliseringsgraden.

3.1.1 Metod A: 'Top-down'-metod baserad på Spelinspektionens bedömning

I *metod A*, delar vi upp Spelinspektionens senaste bedömning av kanaliseringsgraden (85 %) i vertikaler. Det är värt att notera att vår metod viktar vertikalerna baserat på deras respektive andel av *onlinespelandet*. Däremot inkluderar Spelinspektionens uppskattning även sportspel och hästspel offline, vilka är marknadssegment där vi kan förvänta oss en kanaliseringsgrad på 100 %. Vi delar upp Spelinspektionens uppskattning per vertikal med avseende på marknadsandelar inom onlinespel.

För att dela upp de 85 procenten använder vi marknadsandelar baserade på konsumentundersökningen för att vikta vertikalerna, och fördelar de relativa kanaliseringsgraderna för sportspel, hästspel, lotterier och bingo enligt vår analys i kapitel 2. Till sist härleder vi kanaliseringsgraden för onlinekasino.

För det första – **viktningen** approximeras med vertikalens specifika marknadsandelar baserade på konsumentundersökningen. Användning av konsumentundersökningen resulterar i konservativa vikter för nätkasino- och sportspel eftersom kanaliseringsgraderna är lägre i dessa vertikaler, och marknadsandelarna är underskattade för dessa vertikaler i enkätundersökningen. Den lägre viktningen resulterar i en konservativ (högre) uppskattning av den totala kanaliseringen.

De resulterande marknadsandelarna är 40 % för nätkasino, 34 % för sportspel, 8 % för hästspel, 12 % för lotterier och 6 % för bingo.

För det andra – **kanaliseringsgraden** approximeras med hjälp av både kvalitativa och kvantitativa data. Vi finner att kanaliseringsgraden är hög i vertikalerna hästspel, lotterier och bingo på

[31] Två av spelbolagen rapporterade endast uppgifter om bruttospelintäkter (GGR), vilket ligger nära uppskattningen av nivån och utvecklingen inom NGR.

grund av den svaga konkurrensen mellan licensierade och olicensierade alternativ. Däremot är kanaliseringsgraden lägre för onlinekasino och sportspel på grund av den hårda konkurrensen mellan licensierade och olicensierade alternativ.

Vi förutsätter att kanaliseringsgraden är 99 % för hästspel och 95 % för lotterier och bingo. Graderna baseras på vår kvalitativa bedömning av vertikalernas egenskaper, intervjuer med branschföreträdare samt vår konsumentundersökning. Kanaliseringsgraden för sportspel förutsätts vara 85 % baserat på vår kvalitativa bedömning och tidigare uppskattningar från H2GC. Till sist finner vi att kanaliseringsgraden för onlinekasino är 78 % genom att lösa ekvationen med 85 % övergripande kanalisering, viktningen per vertikal samt de antagna kanaliseringsgraderna för de andra vertikalerna.

3.1.2 Metod B: Ipsos konsumentundersökning

I *metod B* uppskattar vi kanaliseringen med hjälp av vår undersökning som genomfördes i februari 2020.[32] Vi bad konsumenterna att lista webbplatser de hade använt de senaste tre månaderna, samt det genomsnittliga beloppet de hade spelat för på varje webbplats. Med hjälp av svaren beräknade vi den totala kanaliseringsgraden och kanaliseringen per vertikal.

Den uppskattade kanaliseringsgraden baserad på undersökningens data är beroende av urvalets externa validitet. Intervjuerna visade till exempel att en betydande del av det olicensierade spelandet görs av höginsatsspelare. Det skulle därför vara avgörande att undersökningen identifierar höginsatsspelarna, annars skulle den underskatta den olicensierade marknadsandelen.

Vi konstaterar att det finns *minst* tre skäl att tro att undersökningen underskattar den olicensierade marknadsandelen.

1. **Låg genomsnittlig insats och medianinsats per vertikal:** Som en kontroll av undersökningens robusthet har vi jämfört de genomsnittliga insatserna och medianinsatserna per vertikal enligt undersökningen med en kontrollgrupp bestående av marknadsaktörer. De genomsnittliga insatserna för kontrollgruppen är ungefär två till fyra gånger större än i undersökningen.
2. **Urvalsstorlek:** Om olicensierat spelande huvudsakligen utförs av en relativt låg andel höginsatsspelare, skulle detta kräva en viss urvalsstorlek för att hitta en representativ andel av dessa olicensierade spelare.
3. **Underrapportering av olicensierade webbplatser:** Vi förväntar oss att vissa spelare underskattar sitt spelande i allmänhet, och sitt olicensierade spelande i synnerhet, till exempel på grund av den potentiella stigmatiseringen.

Den första orsaken till mätfel kunde kontrolleras först efter att undersökningen hade genomförts. Det andra orsaken till mätfel kunde ha dämpats genom att använda en större urvalsstorlek, men det ansågs inte nödvändigt vid tidpunkten för undersökningen. Den tredje orsaken till mätfel är inneboende i själva undersökningsmetoden.

Den totala kanaliseringsgraden med den här metoden är 93 %. Kanaliseringsgraden är 86 % för kasinospel, 99 % för sportspel, 100 % för hästspel, 98 % för lotterier och 79 % för bingo.

[32] Mer detaljerad information om undersökningen finns i bilaga B.

Ovanstående kanaliseringsgrader avviker avsevärt från de andra metoder som används i denna rapport samt de grader som rapporterats av Spelinspektionen. En viktig aspekt av detta är den mycket höga kanaliseringsgraden för sportspel och den relativt höga kanaliseringsgraden för kasinospel.

3.1.3 Metod C: Residualanalys

I *metod C* mäter vi kanaliseringsgraden genom att jämföra intäktsutvecklingen för licensierade företag, med indikatorer för den övergripande utvecklingen av det totala spelandet. Vi jämför bara utvecklingen inom kasino- och sportspel eftersom de licensierade företag som rapporterade uppgifter hade försumbara andelar av sina intäkterna inom de andra vertikalerna. Skillnaden mellan intäktsutvecklingen för licensierade företag och det totala spelandet ger en uppskattning av andelen olicensierat spelande.

För att beräkna skillnaden i utveckling för licensierat och totalt spelande använde vi följande data:

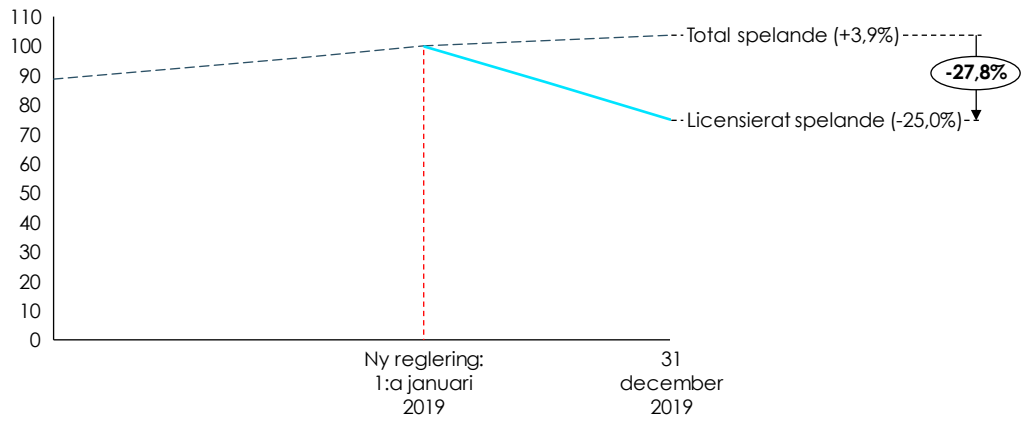
1. **Licensierat spelande:** Vi samlade in NGR-data från 13 licensierade företag inom vertikalerna kasinospel och sportspel för perioden 2015–2019. Alla företagen rapporterade data för kasinospel, och tio för sportspel.
2. **Totalt spelande:** Med hjälp av sju indikatorer för totalt spelande uppskattar vi en genomsnittlig årlig tillväxttakt (AAGR[33]) för den totala spelnivån. I estimatet för totalt spelande används AAGR baserat på fem av de identifierade indikatorerna. Estimatet ligger i linje med tidigare uppskattningar.

Vi finner att den totala kanaliseringsgraden med hjälp av residualanalysen är 81 %. Kanaliseringsgraden för kasinospel är 72 % och 80 % för sportspel[34] (se Figur 12 och Figur 13). Av de skäl som anges förutsätter vi samma kanaliseringsgrad för vertikalerna hästspel, lotterier och bingo som i *metod A*.

[33] Från engelskans *Average Annual Growth Rate*.

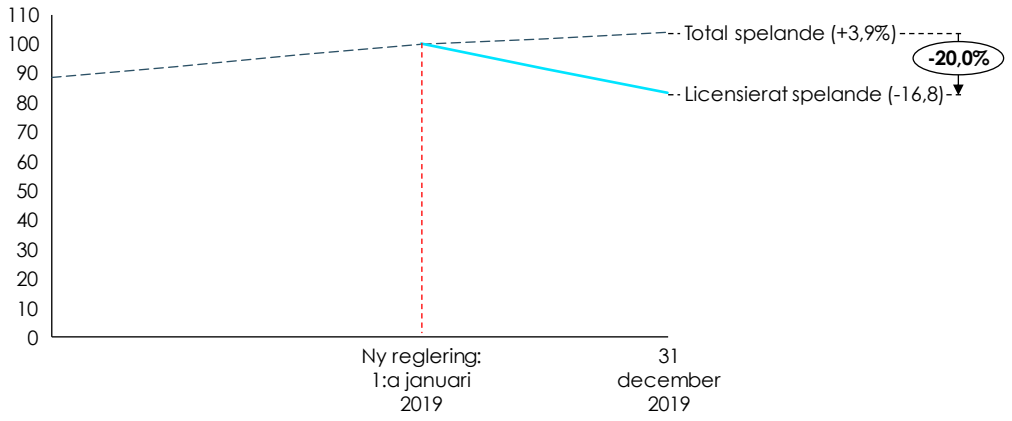
[34] Vid antagandet att tillväxten är densamma för den totala marknaden som för kasino- och sportspel (3,9 %).

Figur 12
Residualanalys för nätkasino, 2019
Index (2018 = 100)



Not: Se sektion 3.2.1 för en detaljerad beskrivning av trenden för totalt spelande och sektion 3.2.2 för den detaljerad beskrivning av trenden för licensierat spelande. Trenden för licensierat spelande är baserad på NGR data från speloperatörer.
Källa: Copenhagen Economics

Figur 13
Residualanalys för sportspel, 2019
Index (2018=100)



Not: Se sektion 3.2.1 för en detaljerad beskrivning av trenden för totalt spelande och sektion 3.2.2 för den detaljerad beskrivning av trenden för licensierat spelande. Trenden för licensierat spelande är baserad på NGR data från speloperatörer.
Källa: Copenhagen Economics

3.1.4 Vår bedömning av kanaliseringsgraden

Vår bedömning av kanaliseringsgraden baseras främst på *metoderna A* och *C*, medan *metod B* ingår som referens men sannolikt inte ger en tillförlitlig uppskattning av kanaliseringsgraden.

Alla metoder bygger på marknadsandelarna för onlinespel per vertikal, beräknad med hjälp av konsumentundersökningen. Eftersom undersökningen underskattar den olicensierade andelen för onlinekasino och sportspel, kommer den även att underskatta viktningen för dessa vertikaler. Vår bedömning av kanaliseringsgraden med metod A och C kan därför vara föremål för mätfel (överskattning av kanaliseringsgraden) i okänd utsträckning.

Kanaliseringsgraderna enligt var och en av de metoder som beskrivs ovan, tillsammans med vår övergripande bedömning, presenteras Figur 14 nedan.

Figur 14
Kanaliseringsnivå för metoderna A, B och C, samt vårt estimat, 2019

	Nätkasino	Sportspel	Hästspel	Lotterier	Bingo	Totalt
Konkurrens mellan licensierat och olicensierat spel:	Hög	Mellan-Hög	Låg	Låg	Låg	-
Marknadsandelar:	40%	34%	8%	12%	6%	100%
Kanaliseringsnivå						
A) Top-down	78%	85%	98%	95%	95%	85%
B) Konsument-undersökning	86%	99%	100%	98%	79%	93%
C) Residualanalys	72%	80%	98%	95%	95%	81%
Vårt estimat	**72-78%**	**80-85%**	**98%**	**95%**	**95%**	**81%**

Not: Konkurrens mellan licensierade och olicensierade är baseras på den kvantitativa och kvalitativa analysen i kapitel 2. Marknadsandelar är baserade på Ipsos konsumentundersökningen. A) beskrivs i sektion 3.1.1, B) beskrivs i sektion 3.1.2, och C) beskrivs i sektion 3.1.3. Vårt estimat är baserat på en sammanvägdbedömning av A) och C) och B) ör inte en del av detta estimate då kanaliseringsnivån sannolikt är snedvriden.

Källa: A) Spelinspektionen (2019b), B) Ipsos konsumentundersökning, se Appendix B, och C) NGR-data från speloperatörer samt indikatorer (för detaljer, se Appendix C).

3.2 MINSKAR KANALISERINGSGRADEN?

Kanaliseringsgraden minskar om tillväxten för licensierat spelande är långsammare än tillväxten för totalt spelande. En sådan jämförelse kan göras först från början av 2019 när licenssystemet infördes.

Den största utmaningen med att uppskatta trenden för totalt och licensierat spelande är tillgänglighet till data. Vi bedömer trenden för totalt spelande med hjälp av indikatorer, och trenden för licensierat spelande med hjälp av NGR-data från licensierade företag. Vi bedömer endast kanaliseringen för vertikalerna nätkasino och sportspel eftersom intäktsdata för andra vertikaler är försumbara.

Vi konstaterar att kanaliseringsgraden har minskat med 28 % för nätkasino och med 20 % för sportspel sedan den nya regleringen infördes.

Minskningen av kanaliseringsgraden kan delas upp i 3,9 % ökning för det totala spelandet, och minskningen för licensierat spelande med 25 % för nätkasino och 16,8 % för sportspel. Den största delen av minskningen för nätkasino beror på en kraftig nedgång för det licensierade spelandet under början av 2019, och för sportspel på grund av en stadig minskning under hela 2019.

Till sist ser vi en nedåtgående trend för kanaliseringen på grund av den stadiga ökningen av det totala spelandet, samt de stadiga eller nedåtgående trenderna inom licensierat spelande.

3.2.1 Indikatorer för utvecklingen av det totala spelandet

Den första delen av residualanalysen är att bedöma utvecklingen av det totala spelandet. Vi använder sju indikatorer baserade på marknadsundersökningar samt intervjuer med branschföreträdare för att uppskatta trenden för det totala spelandet. Indikatorerna är nödvändiga eftersom totalt spelande är summan av både licensierat spelande och olicensierat spelande, där det senare inte kan observeras.

Indikatorerna kopplas till totalt spelande med hjälp av en kvalitativ bedömning. Metoden bygger på en helhetssyn på de tillgängliga indikatorerna: även om ingen indikator till fullo förklarar den totala spelnivån, kan varje indikator kopplas till totalt spelande baserat på tidigare uppskattningar, intervjuer med branschföreträdare samt skrivbordsstudier.

Vi ser att den genomsnittliga årliga utvecklingen för totalt spelande är 3,9 %, med en övre gräns på 13,5 % och en lägre gräns på 1,4 %.

Uppskattningarna baseras på sju indikatorer på totalt spelande som kan kategoriseras enligt följande:

- **Konsumentaktivitet och beteende (indikator 1–3):** Omfattar samtal till *Stödlinjen*, registrerade användare på *Spelpaus*, och undersökningsbelägg för spelfrekvens. Dessa indikatorer är sannolikt korrelerade med den totala spelnivån.
- **Tidigare bedömningar av totalt spelande (indikator 4–5):** Omfattar historisk och prognostiserad total bruttospelomsättning enligt H2GC:s bedömning.
- **Makroekonomi (indikator 6–7):** Omfattar disponibel inkomst och BNP per capita. Intervjusvaren tydde på att disponibel inkomst är korrelerad till nivån för det totala

spelandet. Dessutom konstateras att elasticiteten för intäkterna från spel är positiv, vilket tyder på att det totala spelandet ökar i takt med att inkomsterna ökar.[35]

Vår bedömning av utvecklingen för totalt spelande baseras på indikator 3 till 7, och står därmed för alla tre definierade kategorier, se Figur 15. Uppskattad AAGR för totalt spelande ligger också i den nedre delen av tidigare uppskattningar från H2GC, vilka är 13,5 % (historiskt) och 2,8 % (prognostiserat).

Figur 15
Indikatorer för totalt spelande

Kategori	Indikator	Genomsnittlig tillväxt (månad)	Tidsperiod
Konsumenters aktivitet & beteende	1. Stödlinjen relev anta samtal	-5,2%	M1-M6 för 2017-2019
	2. Spelpaus av stängda		
	a) 1 månad	2,7%	2019M3-2019M12
	b) 3 månader	1,0%	2019M5-2019M12
	c) 6 månader	-0,3%	2019M8-2019M12
	Indikator	**Genomsnittlig tillväxt (år)**	**Tidsperiod**
	3. Frekv ens av spelande		
	a) Minst en gång i veckan	1,7%	2015-2019
	b) Minst en gång i månaden	1,9%	2015-2019
Tidigare estimat	4. Historisk niv å onlinespel	13,5%	2015-2018
	5. Prognosticerad niv å onlinespel	2,8%	2019-2024
Makrovariabler	6. Disponibel inkomst	1,4%	2015-2019
	7. Bruttonationalprodukt (BNP)	2,0%	2015-2019

Genomsnittlig årlig tillväxt	Övre gräns	13,5%
	Lägre gräns	1,4%
	Medelvärde	**3,9%**

Not: Indikatorerna 3-7 är inkluderade i bedömningen av årlig tillväxt för totalt spelande.
Källa: Indikator 1: Stödlinjen (2019), s. 3-4, Indikator 2: Spelpausdata från SGA, levererat 13 februari 2020; Indikator 3: Novus (2018), s. 10 och Novus (2019), s. 11, Indikator 4 och 5: Data för spelomsättning i Sverige från H2 Gambling Capital, senast uppdaterad 2 januari 2020, och Indikator 6 och 7: Konjunkturinstitutet (2020a) och (2020b).

I vår bedömning av AAGR för totalt spelande har vi inte inkluderat indikator 1 och 2 på grund av otillräcklig datakvalitet, vilket vi beskriver mer i detalj nedan.

Indikator 1 visar telefonsamtal till *Stödlinjen* från januari till juni under åren 2017–2019. För årets första sex månader minskar antalet samtal varje månad med 5,2 %. Minskningen är dock sannolikt föremål för säsongsvariationer eftersom antalen samtal återgår till ungefär samma nivå under januari varje år.[36] Även om utvecklingen för samtal under juli–december är okänd, undergräver detta faktum att man använder den beräknade minskningen som en årlig minskning. I själva verket kan

[35] Inkomster och konjunkturer är kopplade till spelande enligt intervjuer med branschrepresentanter. Forskningen inom detta område är knapphändig, Baumöl and Výrostová (2017) *Do people gamble more in good times? Evidence from 27 European countries* ser en positiv korrelation mellan årlig BNP-tillväxt och spelande. Förhållandet är fortfarande positivt men svagare för mer välutvecklade länder.

[36] Se Figur 20 i bilaga C.

det till och med tyda på att antalet samtal är konstant över tid. Vi utesluter därför *indikator 1* vid bedömning av trenden för totalt spelande.

Indikator 2 visar antalet avstängningar genom *Spelpaus* för avstängningstider på en, tre och sex månader. Uppgifterna visar en stadig månatlig ökning för en- och tremånaders avstängningar, samt en liten minskning för sexmånaders avstängningar, dock infördes tjänsten under 2019. Därför kan ökningen bero på det faktum att fler och fler spelare fick kännedom om tjänsten. Eftersom den månatliga ökningen för en- och tremånaders avstängningar skulle resultera i årliga ökningar på 12–32,4 %, utesluter vi att denna indikator skulle vara konservativ. Vi utesluter därför *indikator 2* vid bedömning av trenden för totalt spelande.

3.2.2 Utvecklingen inom licensierat spelande

Den *andra* delen av residualanalysen är att bedöma trenden för det licensierade spelandet. Vi bedömer trenden för licensierat spelande med hjälp av NGR-data från 13 licensierade företag. [37] Webbplatserna är alla medlemmar i BOS och uppgifterna har lämnats in konfidentiellt till Copenhagen Economics. BOS medlemmar är främst aktiva i vertikalerna kasino- och sportspel, och därför bedömer vi bara trenden för licensierat spelande inom dessa två vertikaler.

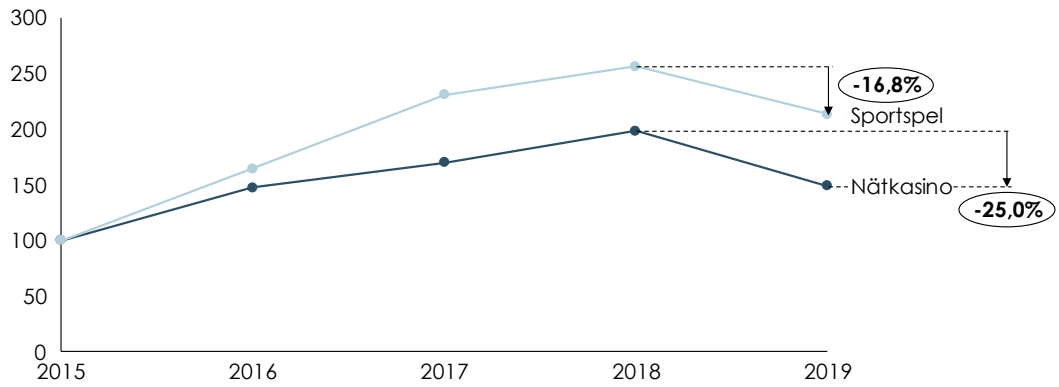
För att kunna bedöma trenden inom licensierat spelande efter den nya lagstiftningen är det viktigt att säkerställa att trenden inte nämnvärt beror på andra faktorer än lagstiftningen. Vi drar slutsatsen att bedömningen av trenderna är robusta för följande kriterier:

- **Yttre validitet:** Om de rapporterade uppgifterna inte är representativa för hela vertikalen finns det risk för över- eller underskattning av det licensierade spelandet. Mer än hälften av de licensierade marknaderna för både nätkasino och sportspel omfattas av uppgifterna. Vi drar därför slutsatsen att uppgifterna täcker en representativ andel av den licensierade marknaden för kasino- och sportspel.
- **Säsongsvariationer:** Om de rapporterade uppgifterna av yttre skäl skulle vara högre under 2018 än 2019, kan eventuella förändringar mellan åren bero på mätfel. Vår bedömning är att det inte finns några indikationer på säsongsvariationer inom kasino- eller sportspel. För sportspel kan stora evenemang ha en viss effekt på spelvolymerna, men vår bedömning är att vår uppskattade kanaliseringsgrad är robust vad gäller säsongsvariationer.
- **Utträde och inträde:** Om ett antal företag etablerar sig på eller lämnar marknaden under hela den observerade perioden finns det risk för mätfel. Som en robusthetskontroll analyserar vi endast data från företag som var aktiva under hela perioden och drar slutsatsen att vår bedömda trend är konservativ i jämförelse.

Som utgångspunkt presenterar vi ett sammanlagt index för NGR-data per år. Resultaten visar att NGR ökade stadigt före lagstiftningen, och minskade efter. Under 2019 minskade NGR med 25 % för nätkasino och 17 % för sportspel, vilket framgår av Figur 16.

[37] NGR-data rapporterades för minst en av vertikalerna. Totalt rapporterade 13 företag uppgifter för kasinospel och 10 för sportspel.

Figur 16
NGR-trend för nätkasino och sportspel
Index (2015 = 100)



Not: Figuren är baserad på hela urvalet även inträden nya företag på marknaden. Inga nya inträden skedde för åren 2018 och 2019.
Källa: NGR från 13 speloperatörer (data) och Copenhagen Economics (beräkningar).

3.2.3 Kanaliseringen minskar stadigt

I det föregående avsnittet bekräftade vi att nivån för licensierat spelande minskade efter den nya lagstiftningen. I det här avsnittet fokuserar vi på trenden för kanalisering efter den nya lagstiftningen 2019.

Ett bekymmer som togs upp under intervjuerna var att olicensierat spelande hade ökat kraftigt efter den nya lagstiftningen och att detta skulle fortsätta ytterligare. Skälen diskuteras utförligt i kapitel 2 men kan sammanfattas med det konkurrenskraftiga erbjudandet från olicensierade alternativ inom vertikalerna nätkasino och sportspel. Det är därför viktigt att ytterligare utvärdera trenderna för minskningen inom det licensierade spelandet.

Vi konstaterar att kanaliseringsgraden stadigt minskar, främst på grund av den förväntade ökningen för det totala spelandet. Eftersom trenden för totalt spelande är positiv med en ökningstakt på 3,9 %, utgör detta den förväntade minskningen av kanaliseringen per år, även med en stadig nivå för licensierat spelande. Om det sker en minskning av licensierat spelande kan kanaliseringen minska ytterligare.

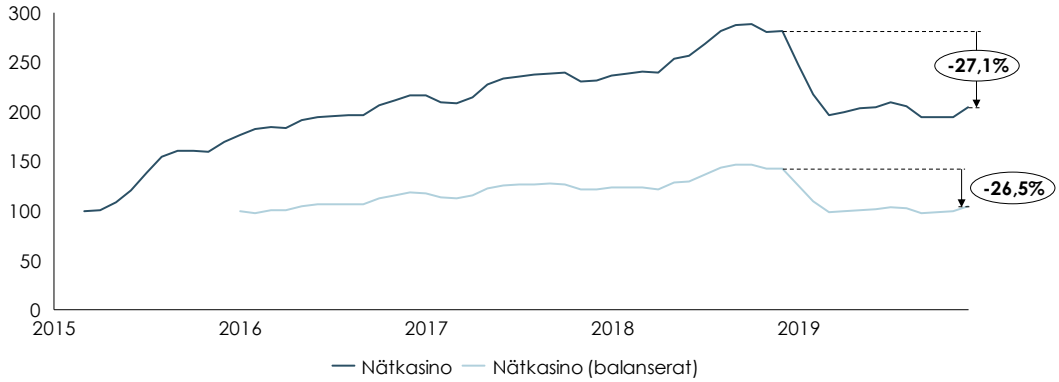
För att bedöma trenden för kasino- och sportspel beräknar vi två trender med hjälp av NGR-data:

- **Fullständigt urval:** 3 månaders glidande medelvärde med fullständigt urval
- **Balanserat urval:** 3 månaders glidande medelvärde med balanserat urval som tar hänsyn till utträden och inträden på marknaden. [38]

[38] Vi balanserar urvalet genom att utesluta företag som inte i) rapporterar data från 2016, ii) rapporterar månatliga data eller iii) rapporterar data fram till slutet av 2019.

Resultaten visar att det skedde en kraftig nedgång i NGR för nätkasino efter lagstiftningen under 2019, se Figur 17. Efter lagstiftningen stabiliseras den på den lägre nivån, vilket tyder på att en andel av användarna fortsatte att använda webbplatser som inte var anslutna till licenssystemet. Vi kan inte se en tydlig minskning eller ökning av det licensierade spelandet efter den kraftiga minskningen i början av 2019.

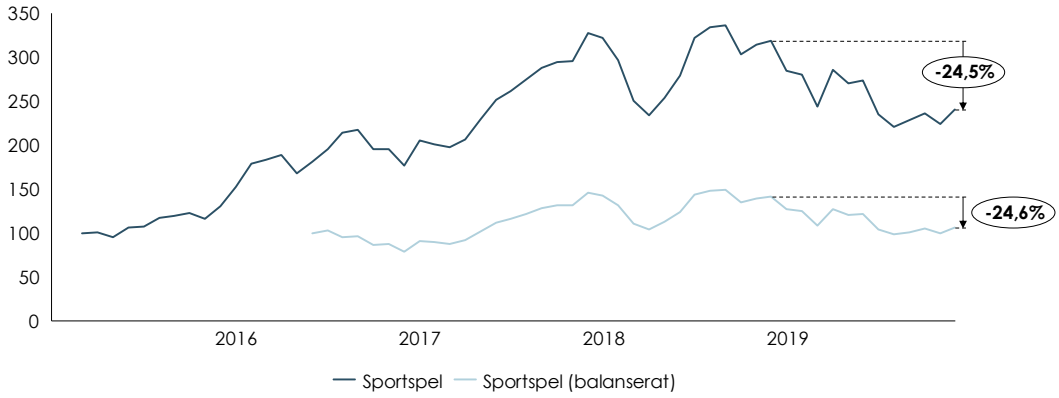
Figur 17
3-månaders rullande medelvärde för nätkasino, 2015M3-2019 och 2016-2019 (balanserad)
Index (2015 = 100) | Balanserad (2016 = 100)



Källa: NGR från speloperatörer (data) och Copenhagen Economics (beräkningar).

Nedgången är mindre tydlig för sportspel vilket sannolikt beror på den högre graden av säsongsvariationer inom sportspel. Till exempel förväntar vi oss mer sportspel i vid stora sportevenemang som fotbolls-VM eller OS, och omvänt mindre spelande under lågsäsong. Vi konstaterar dock att NGR stadigt har minskat efter den nya lagstiftningen. Faktum är att det syns en tydlig nedåtgående trend för hela perioden 2019, vilket kan tyda på en större minskning än för nätkasino.

Figur 18
3-månaders rullande medelvärde för sportspel, 2016-2019 och 2016M6-2019 (balanserad)
Index (2015 = 100) | Balanserad (2016M6 = 100)



Källa: NGR från speloperatörer (data) och Copenhagen Economics (beräkningar).

REFERENSER

888 Casino (2020). https://www.888casino.se/. (Inhämtad den 9 april 2020).

ATG (2018). *Klart i dag – ATG får erbjuda sport- och casinospel*. Publicerad den 30 november 2018. https://www.atg.se/nyheter/90820-klart-i-dag-atg-far-erbjuda-sport-och-casinospel. (Inhämtad den 21 januari 2020).

ATG (2019). *Delårsrapport 1 januari – 30 september 2019*, not 3. Publicerad den 26 augusti 2019.

ATG (2020a). *ATG the Company*. http://www.swedishhorseracing.com/about (Inhämtad den 23 januari, 2020).

ATG (2020b). *Styrelse och ledning*. https://tillsammans.atg.se/om-atg/styrelse-och-ledning. (Inhämtad den 22 april 2020).

ATG (2020c). *Tillväxt för ATG under 2019*. Publicerad den 23 januari 2020. https://omatg.se/media/#/pressreleases/tillvaext-foer-atg-under-2019-2963486. (Inhämtad den 14 februari 2020).

Avalon 78 (2020). https://www.avalon78.com/. (Inhämtad den 9 april 2020).

Baumöhl, Eduard and Výrostová, Eva (2017). Do people gamble more in good times? Evidence form 27 European countries. *Applied Economic Letters*, 24(18), s. 1311–1314.

Bet365 (2020). *Varför ska jag bli en bet365 Affiliate?* https://www.bet365affiliates.com/. (Inhämtad den 9 april 2020).

Bet777 (2020). https://www.bet777.be/en/. (Inhämtad den 9 april 2020).

Bettingmetrics (2020). https://bettingmetrics.com/odds. (Inhämtad den 9 april 2020).

Casoo (2020). https://www.casoo.com/en. (Inhämtad den 9 april 2020).

Ds Jo 1972:8. *Trav och Galoppsport i Sverige*.

Goplay.se (2020a). *Casino Utan Svensk Licens*. Senast uppdaterad den 8 april 2020. https://goplay.se/casinon/utan-licens/. (Inhämtad den 9 april 2020).

Goplay.se (2020b). *Casoo Casino*. Senast uppdaterad den 30 oktober 2019. https://goplay.se/casinon/utan-licens/. (Inhämtad den 19 februari 2020).

Goplay.se (2020c). *Avalon 78*. Senast uppdaterad den 1 april 2020. https://goplay.se/casinon/avalon78/. (Inhämtad den 9 april 2020).

LegolasBet (2020). *FAQs (V 1.0)*. https://www.legolasbet.se/faqs. (Inhämtad den 21 januari 2020).

LeoVegas (2020). https://www.leovegas.com/sv-se/. (Inhämtad den 22 april 2020).

LIFS 2018:2. *Lotteriinspektionens föreskrifter och allmänna råd om spelansvar,* 20 §.

Mangools keyword finder (2020). Sökning den 20 februari 2020. https://kwfinder.com/?_ga=2.60028072.449169303.1587655153-1469379561.1587655153.

Mr Green (2020). https://bit.ly/3e7kdiQ. (Inhämtad den 9 april 2020).

Konjunkturinstitutet (2020a). *Hushållens disponibla inkomster. År*. Senast uppdaterad den 1 april 2020. http://prognos.konj.se/PXWeb/pxweb/sv/SenastePrognosen/SenastePrognosen__f12_hushallensdisponiblainkomster/F1201.px/?rxid=59ca4c14-2d6c-4301-b5de-56901cbd98f1.

Konjunkturinstitutet (2020b). *Försörjningsbalans och BNP. År*. Senast uppdaterad den 1 april 2020. http://prognos.konj.se/PXWeb/pxweb/sv/SenastePrognosen/SenastePrognosen__f09_hushallensdisponiblainkomster/F0901.px/?rxid=59ca4c14-2d6c-4301-b5de-56901cbd98f1

Novus (2018). *Allmänheten om spel 2018*. På uppdrag av Spelinspektionen. Publicerad den 15 augusti 2018. s. 10.

Novus (2019). *Allmänheten om spel 2019*. På uppdrag av Spelinspektionen. Publicerad den 5 november 2019. s. 11.

Platin Casino (2020). https://www.platin-casino.com/en. Inhämtad den 9 april 2020.

Prop. 1973:113. *Kungl. Maj:ts proposition med förslag till riktlinjer för totalisatorverksamheten vid trav- och galopptävlingar.*

Prop. 2017/18:220. *En omreglerad spelmarknad*, s. 86.

Spelinspektionen (2019a). *Spelmarknaden omsatte 6,4 miljarder kronor under andra kvartalet 2019*. Publicerad den 21 augusti 2019. https://www.spel-inspektionen.se/press/nyhetsarkiv/spelmarkna-den-omsatte-64-miljarder-kronor-under-andra-kvartalet-2019/. (Inhämtad den 20 januari 2020).

Spelinspektionen (2019b). *Den reglerade spelmark-naden omsatte 5,9 miljarder kronor under tredje kvartalet 2019.* Publicerad den 6 november 2019. https://www.spelinspektionen.se/press/nyhetsar-kiv/spelmarknaden-omsatte-5.9-miljarder-kronor-under-andra-kvartalet-2019/. (Inhämtad den 20 januari 2020).

Spelinspektionen (2020). *Spelbolag med spellicens*. https://www.spelinspektionen.se/licensanso-kan/bolag-med-spellicens/. (Inhämtad den 23 ja-nuari 2020).

SOU 1991:7. *Sportslig och ekonomisk utveckling inom trav- och galoppsporten.*

SOU 2017:30. *En omreglerad spelmarknad*, s. 26–28.

SPINIA (2020). https://www.spinia.com/. (Inhämtad den 9 april 2020).

Stödlinjen (2019). *Stödlinjens halvårsrapport 1 januari – 30 juni*, s. 3–4. Publicerad den 1 oktober 2019.

Travronden (2020). *Vd:n – "Vi lägger ned"*. Publicerad den 30 mars 2020. https://www.travronden.se/ny-heter/sport/vdn-vi-lagger-ned-158599. (Inhämtad den 2 april 2020).

Travstugan (2020). *Vart kan jag spela på trav?* https://travstugan.se/guide/var-kan-jag-spela-pa-trav. (Inhämtad den 21 januari 2020).

Unibet (2020). https://www.unibet.se/. (Inhämtad den 9 april 2020).

Intervjuer

Åtta intervjuer genomfördes med representanter för licensierade spelbolag mellan den 4 februari och den 17 februari 2020. Namnen på företagen och de intervjuade är konfidentiell information.

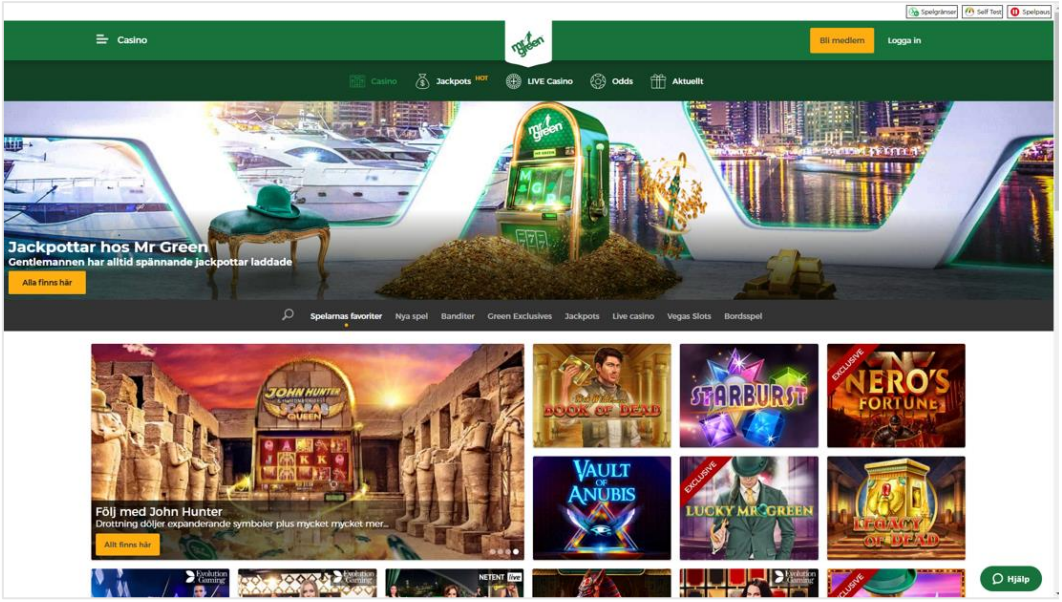
BILAGA A

KAPITEL 2: VISUELL EVIDENS

NÄTKASINO

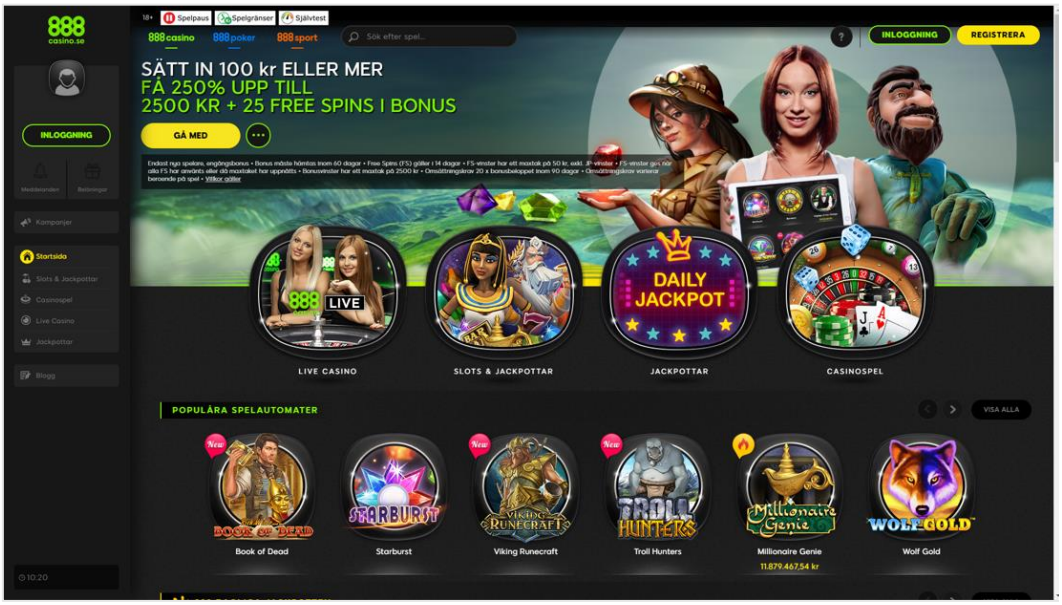
Likheter – Skärmdumpar från licensierade och olicensierade kasinowebbplatser

Synliga likheter: Licensierade kasinowebbplatser



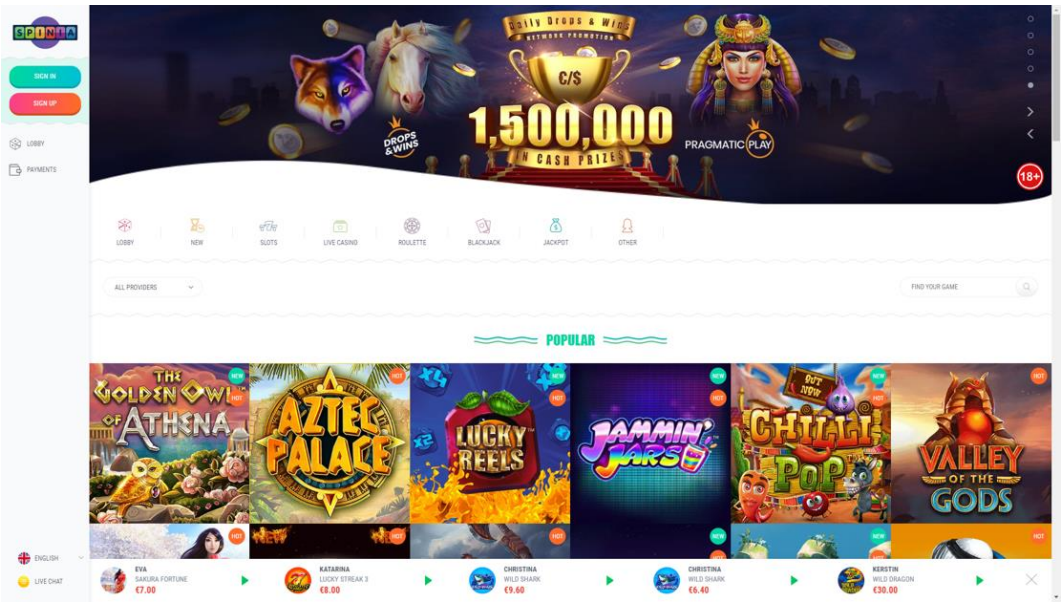
Källa: Mr Green, https://bit.ly/3e7kdiQ, inhämtad den 9 april 2020.

Källa: LeoVegas, https://www.leovegas.com/sv-se/, inhämtad den 22 april 2020.

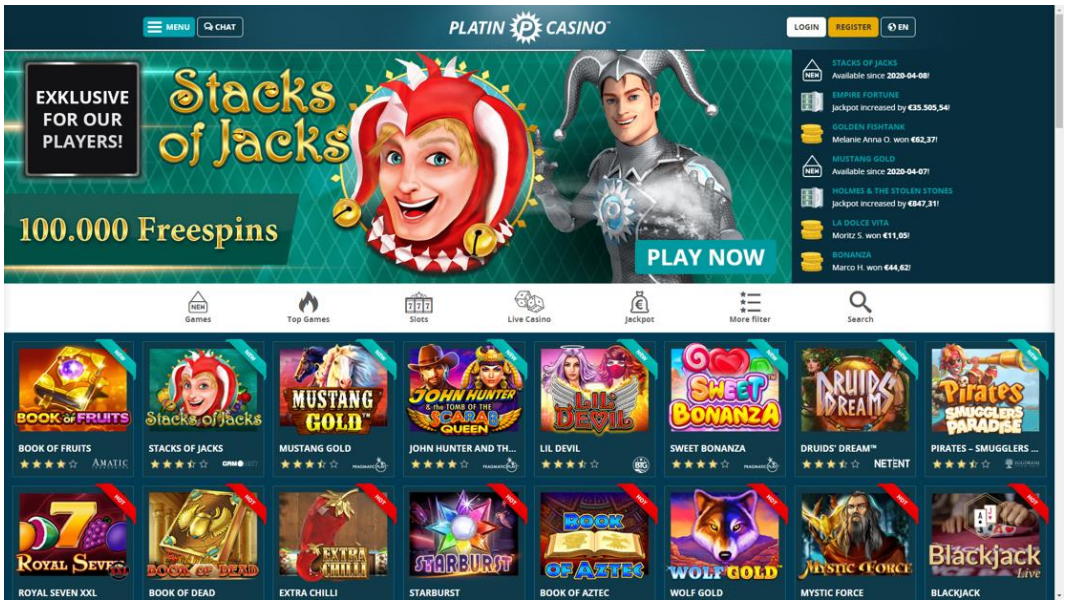


Källa: 888 Casino, https://www.888casino.se/, inhämtad den 9 april 2020.

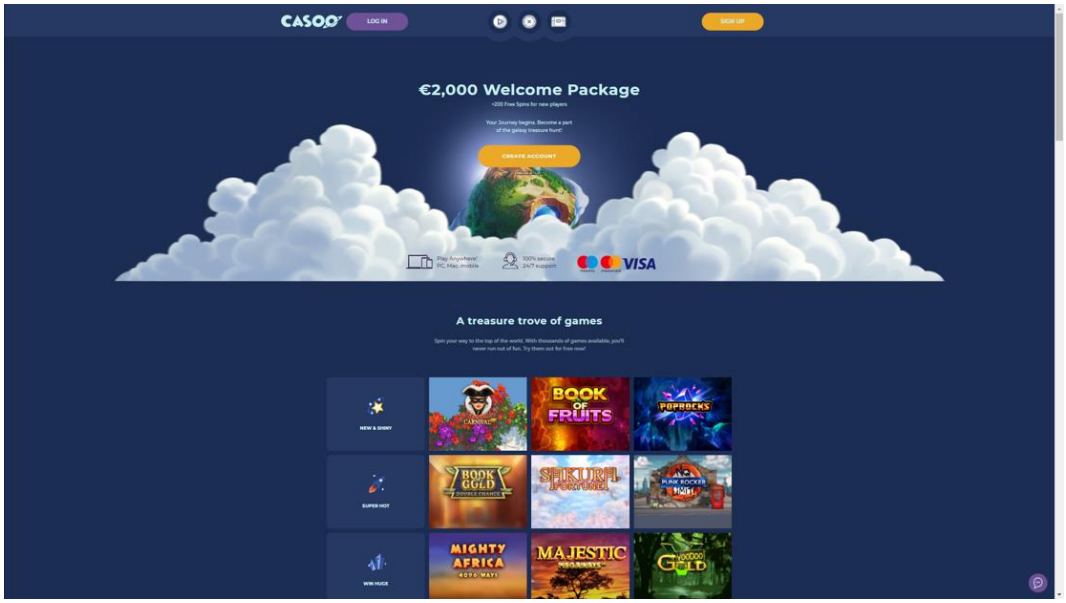
Synliga likheter: Olicensierade kasinowebbplatser



Källa: SPINIA, https://www.spinia.com/, inhämtad den 9 april 2020.

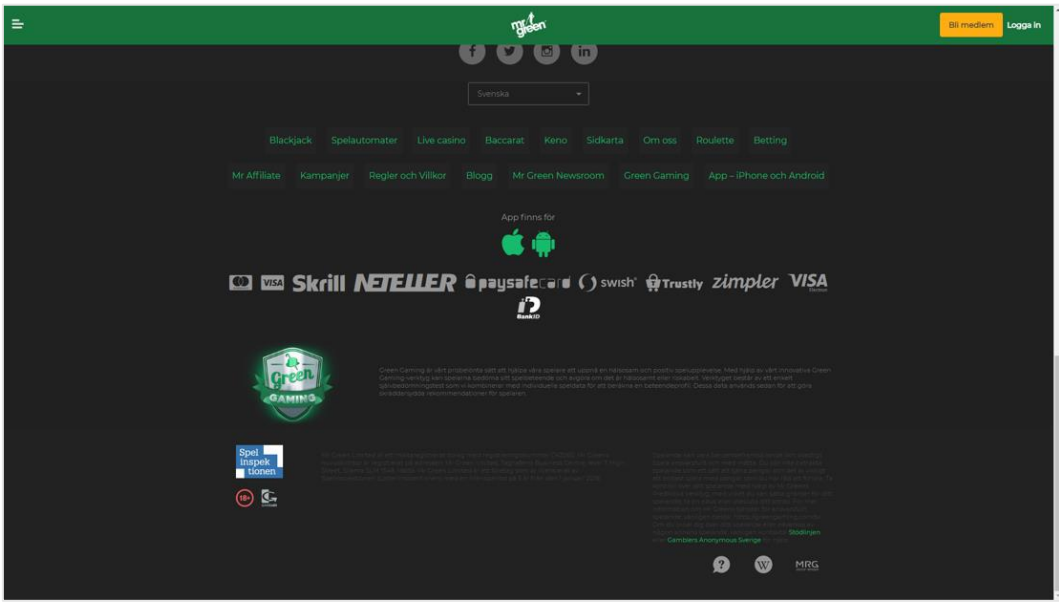


Källa: Platin Casino, https://www.platincasino.com/en, inhämtad den 9 april 2020.

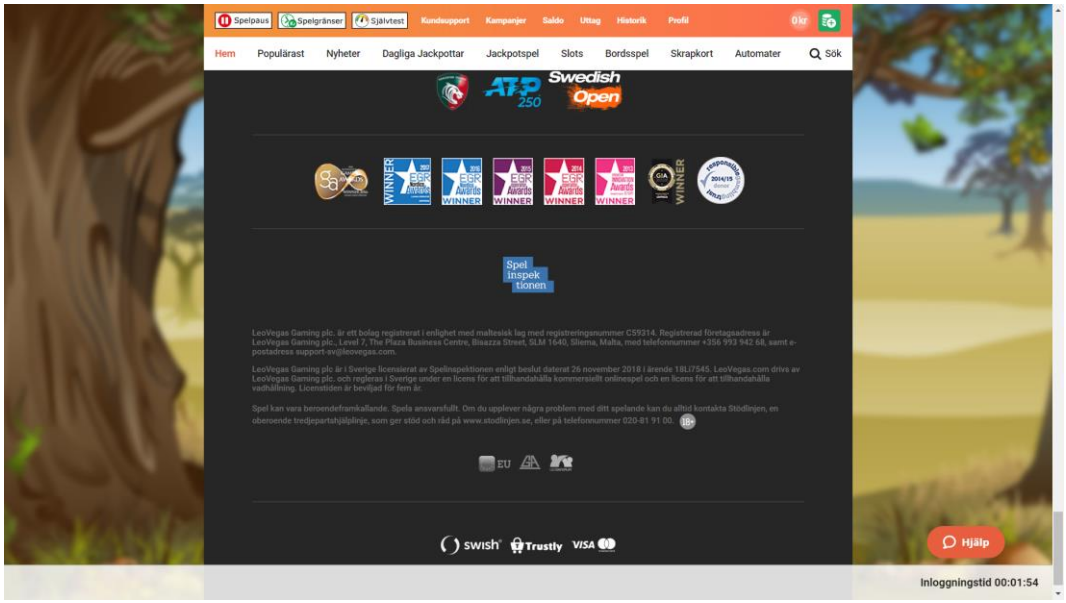


Källa: Casoo, https://www.casoo.com/en, inhämtad den 9 april 2020.

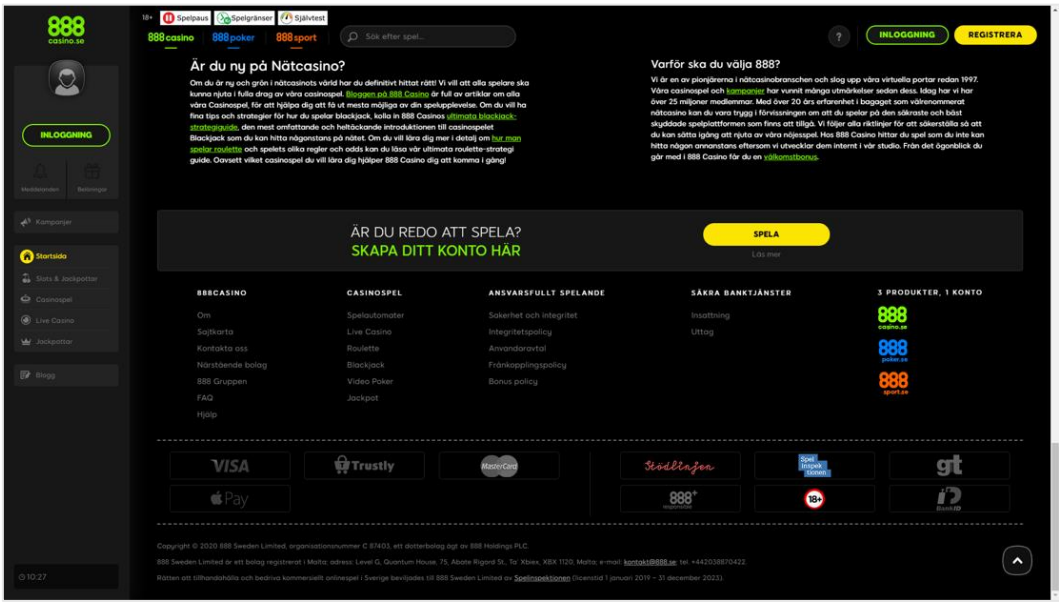
Betalningslösningar: Licensierade webbplatser



Källa: Mr Green, https://bit.ly/3e7kdiQ, inhämtad den 9 april 2020.

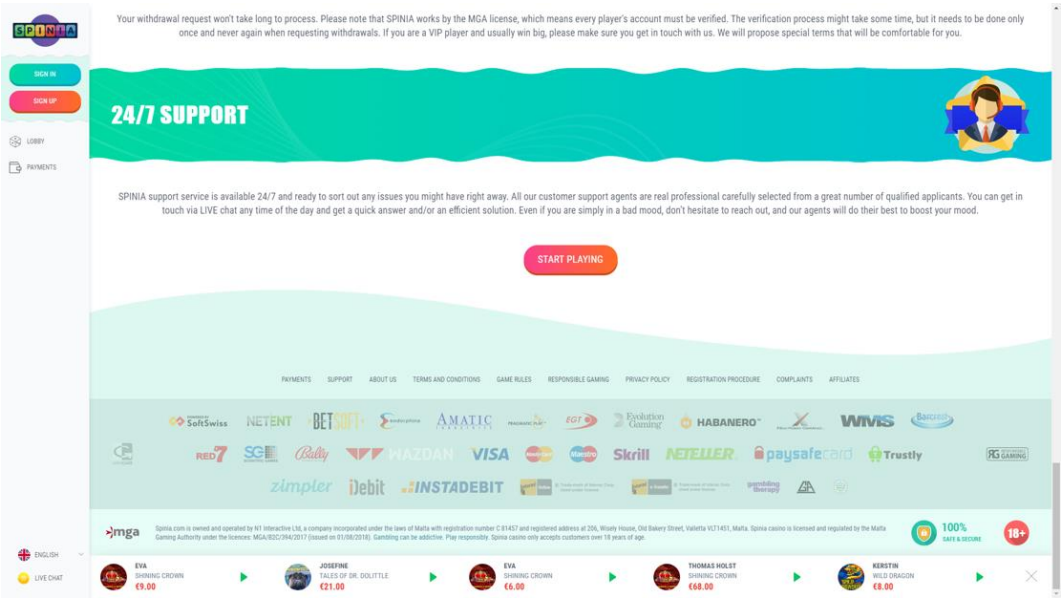


Källa: LeoVegas, https://www.leovegas.com/sv-se/, inhämtad den 22 april 2020.

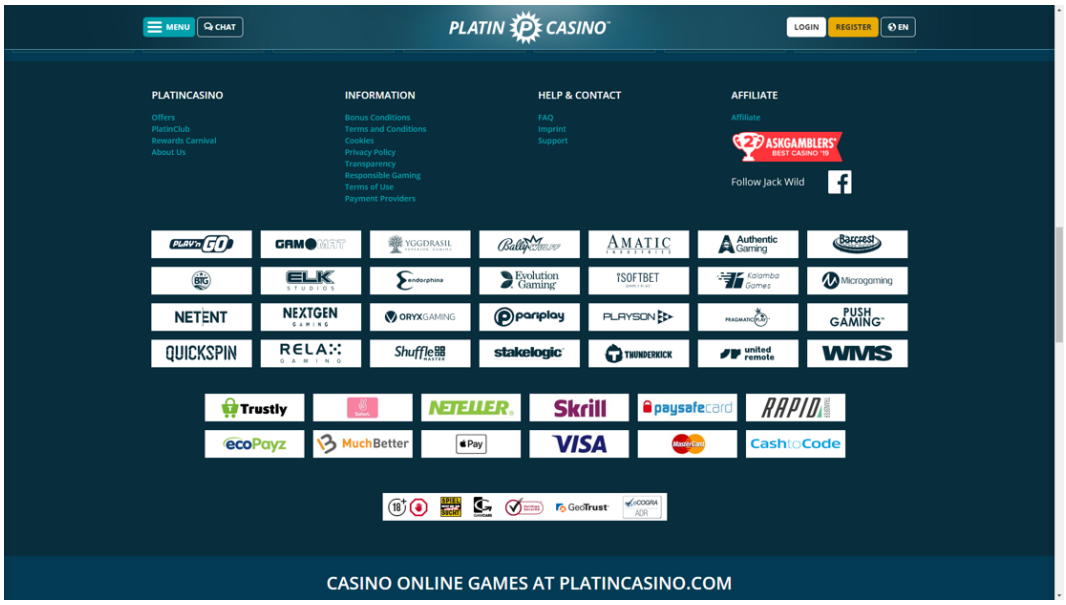


Källa: 888 Casino, https://www.888casino.se/, inhämtad den 9 april 2020.

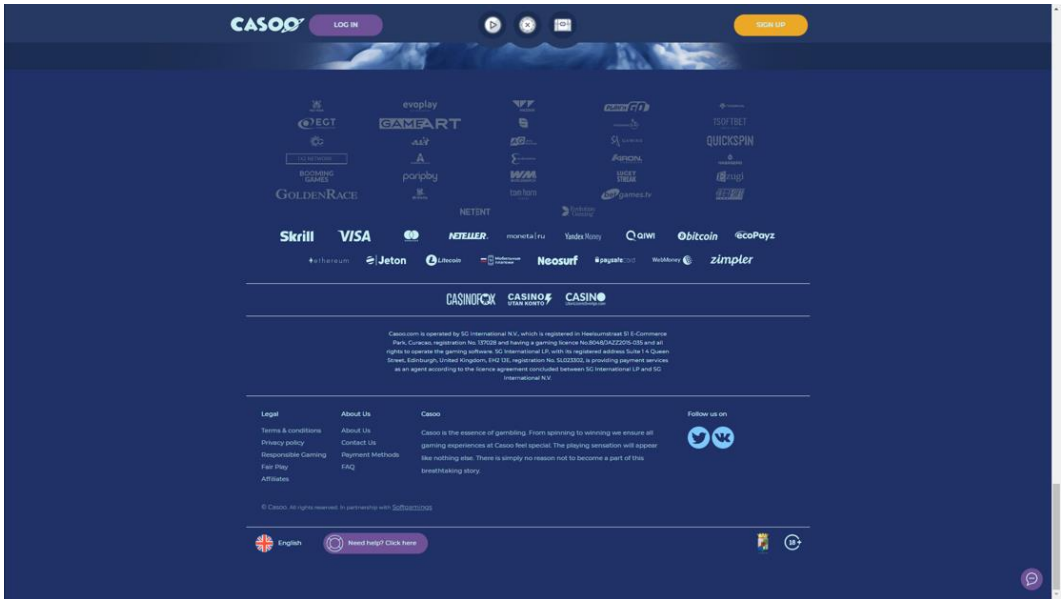
Betalningslösningar: Olicensierade kasinowebbplatser



Källa: SPINIA, https://www.spinia.com/, inhämtad den 9 april 2020.

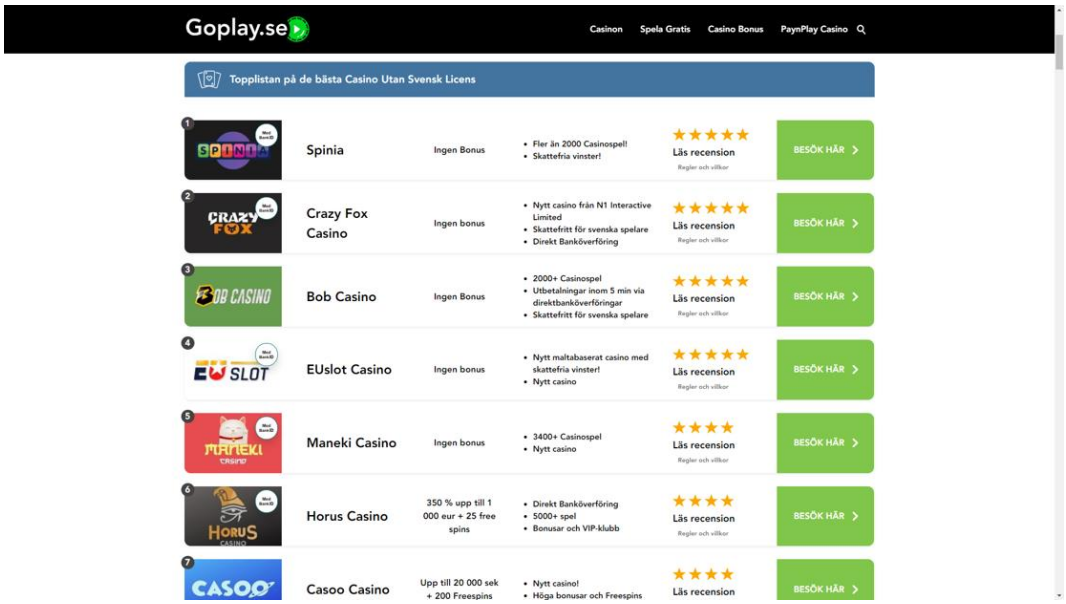


Källa: Platin Casino, https://www.platincasino.com/en, inhämtad den 9 april 2020.



Källa: Casoo, https://www.casoo.com/en, inhämtad den 9 april 2020.

Skärmdump från en relaterad webbplats som visar att olicensierade webbplatser erbjuder BankID

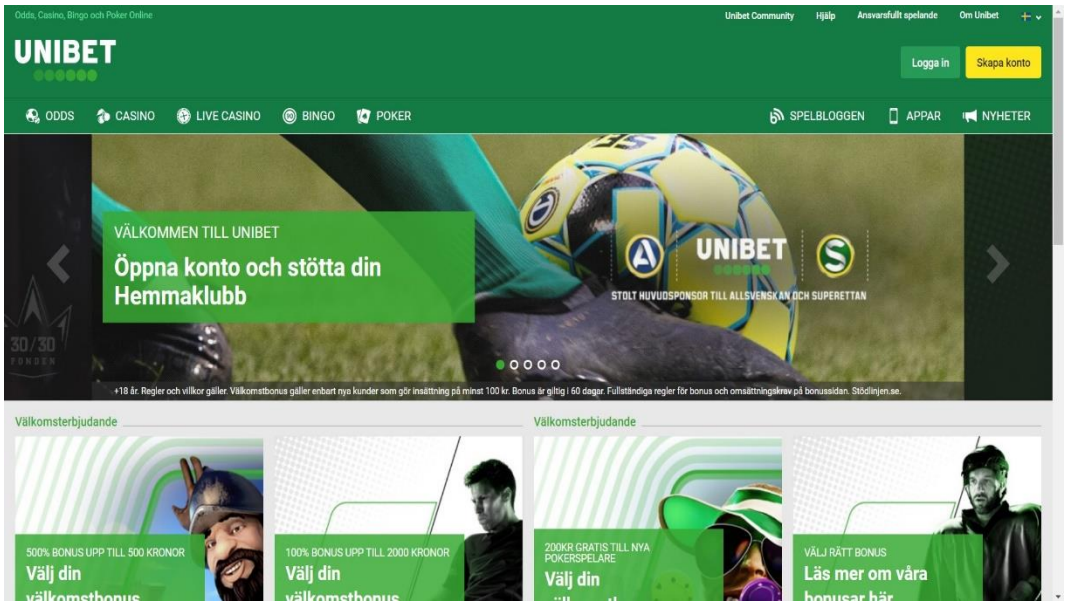


Källa: Goplay.se, https://goplay.se/casinon/utan-licens/, inhämtad den 9 april 2020.

SPORTSPEL

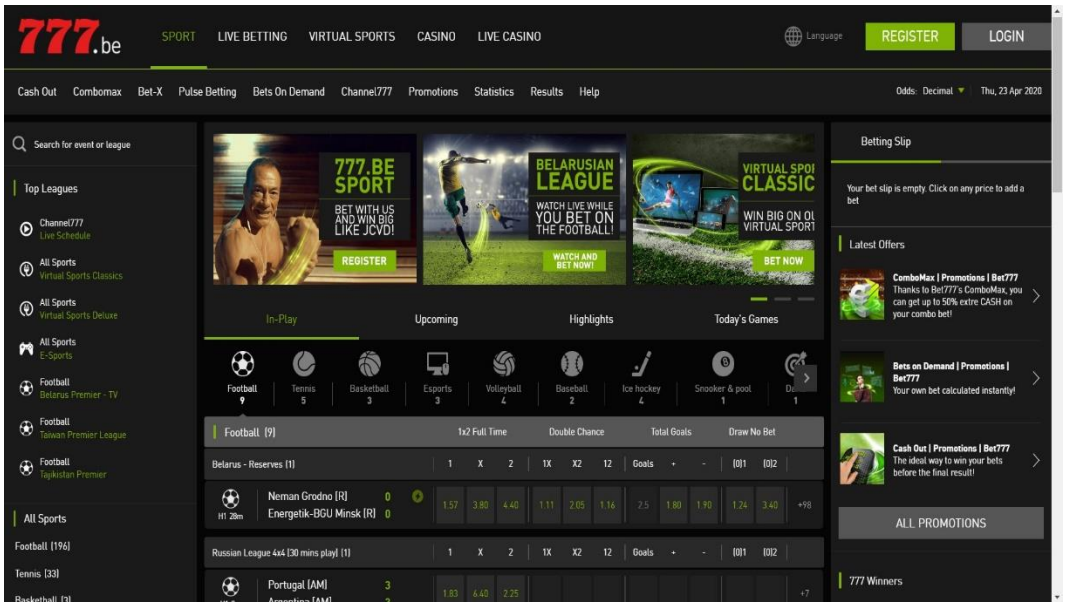
Likheter – Skärmdumpar från licensierade och olicensierade webbplatser för sportspel

Synliga likheter: Licensierade webbplatser



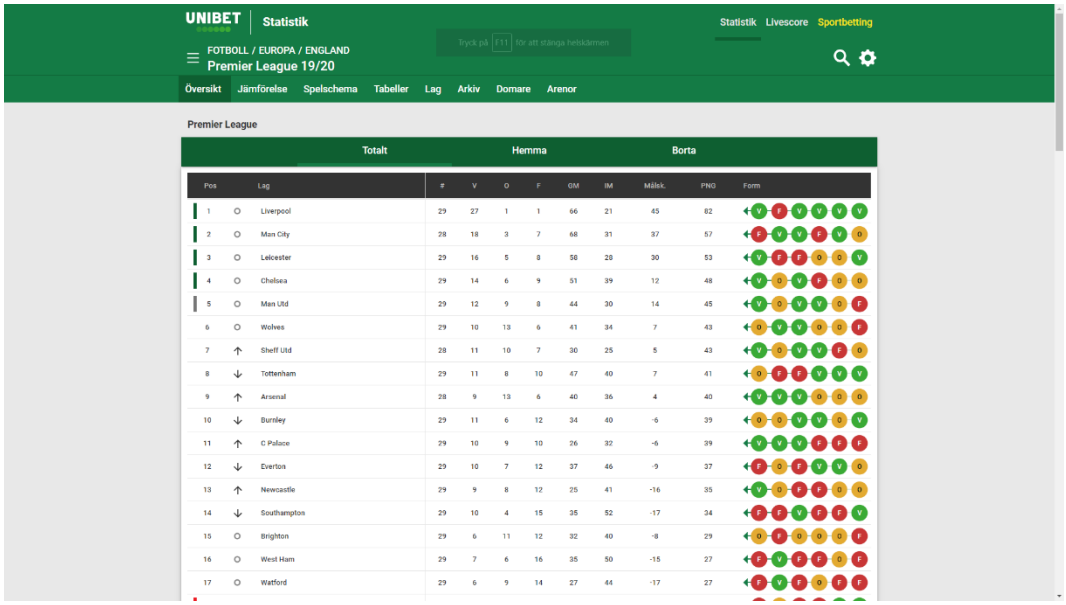
Källa: Unibet, https://www.unibet.se/, inhämtad den 23 april 2020.

Synliga likheter: Olicensierade webbplatser

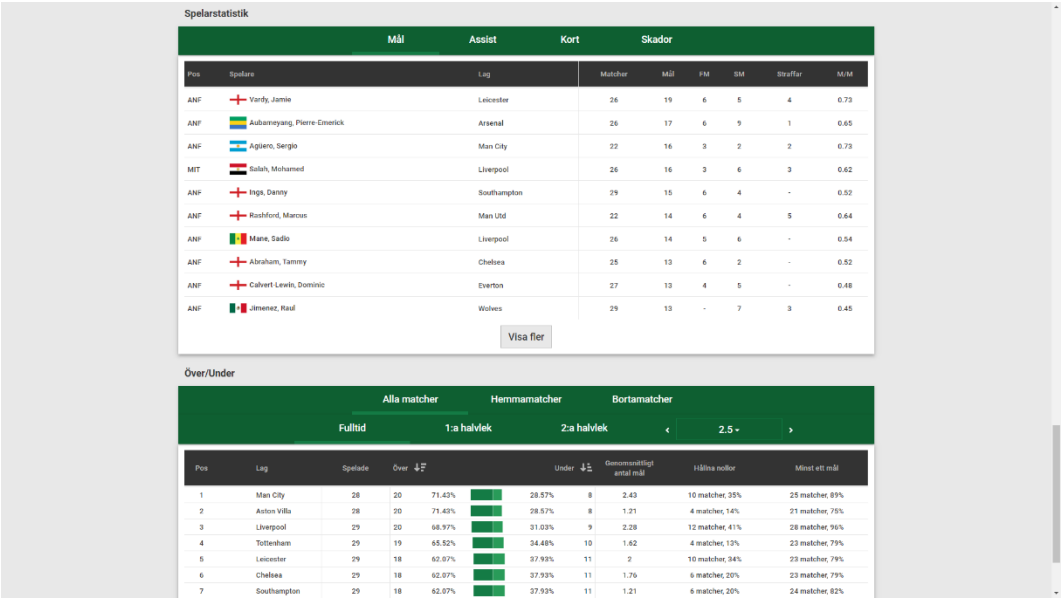


Källa: Bet777, https://www.bet777.be/en/, inhämtad den 23 april 2020.

Innehåll: Licensierade webbplatser

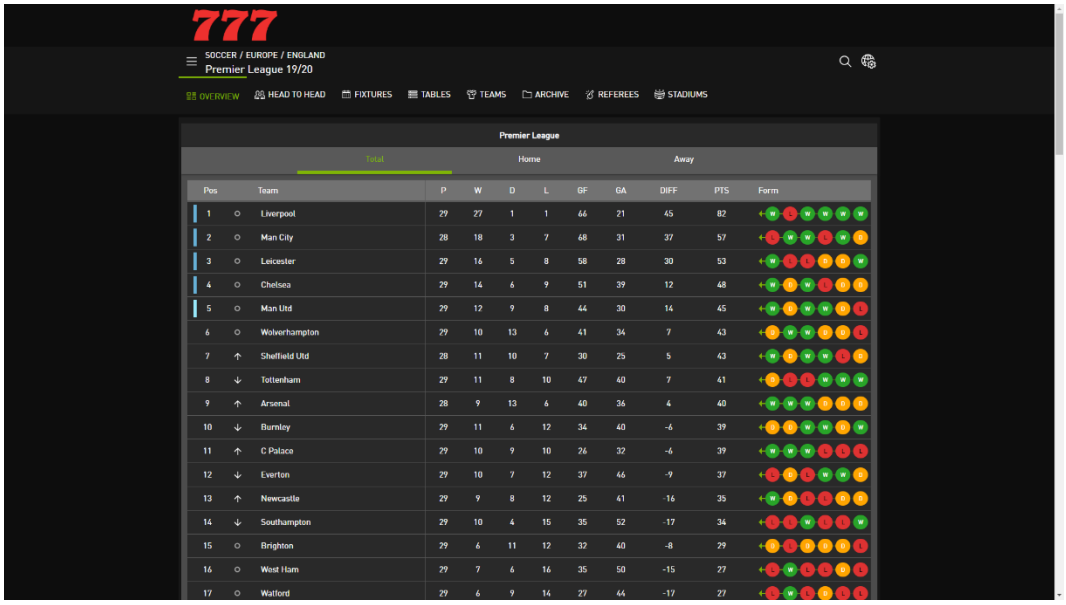


Källa: Unibet, https://www.unibet.se/, inhämtad den 9 april 2020.



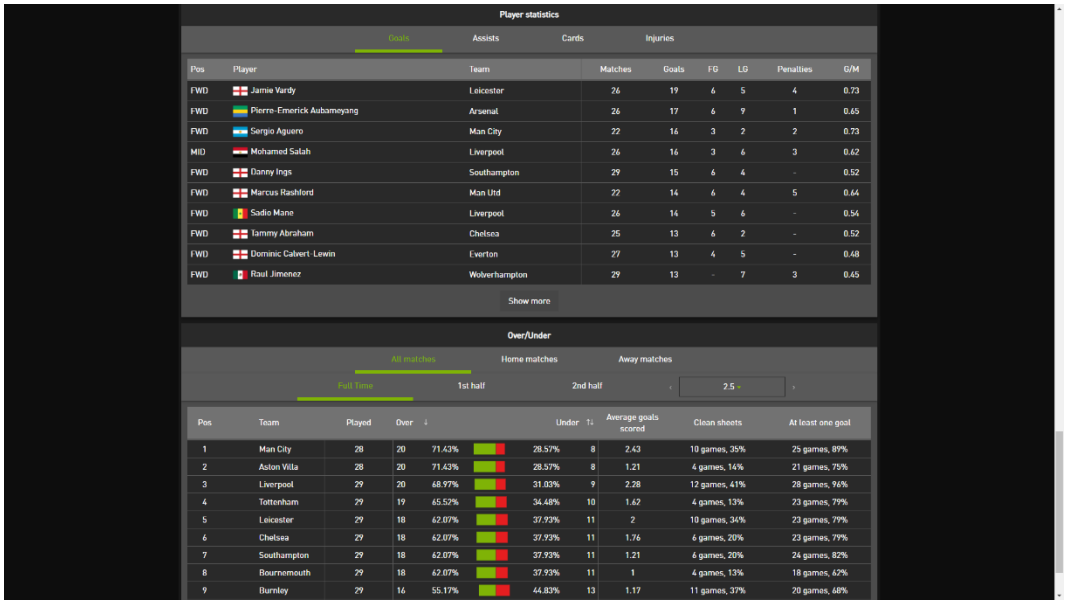
Källa: Unibet, https://www.unibet.se/, inhämtad den 9 april 2020.

Innehåll: Olicensierade webbplatser



Pos	Team	P	W	D	L	GF	GA	DIFF	PTS	Form
1	Liverpool	29	27	1	1	66	21	45	82	W L W W W W
2	Man City	28	18	3	7	68	31	37	57	L W W L W D
3	Leicester	29	16	5	8	58	28	30	53	W L L D D W
4	Chelsea	29	14	6	9	51	39	12	48	W D W L D D
5	Man Utd	29	12	9	8	44	30	14	45	W D W W D L
6	Wolverhampton	29	10	13	6	41	34	7	43	D W W D D L
7	Sheffield Utd	28	11	10	7	30	25	5	43	W D W W L D
8	Tottenham	29	11	8	10	47	40	7	41	D L L W W W
9	Arsenal	28	9	13	6	40	36	4	40	W W W D D D
10	Burnley	29	11	6	12	34	40	-6	39	D D W W D W
11	C Palace	29	10	9	10	26	32	-6	39	W W W L L L
12	Everton	29	10	7	12	37	46	-9	37	L D L W W D
13	Newcastle	29	9	8	12	25	41	-16	35	W D L L D D
14	Southampton	29	10	4	15	35	52	-17	34	L L W L L W
15	Brighton	29	6	11	12	32	40	-8	29	D L D D D L
16	West Ham	29	7	6	16	35	50	-15	27	L W L L D L
17	Watford	29	6	9	14	27	44	-17	27	L W L D L L

Källa: Bet777, https://www.bet777.be/en/, inhämtad den 9 april 2020.

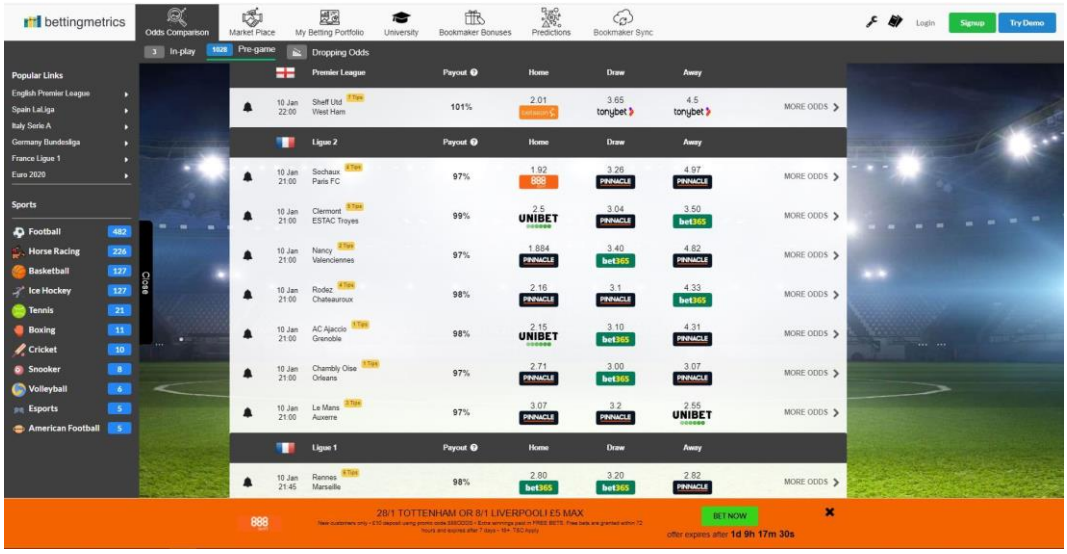


Pos	Player	Team	Matches	Goals	FG	LG	Penalties	G/M
FWD	Jamie Vardy	Leicester	26	19	6	5	4	0.73
FWD	Pierre-Emerick Aubameyang	Arsenal	26	17	6	9	1	0.65
FWD	Sergio Aguero	Man City	22	16	3	2	2	0.73
MID	Mohamed Salah	Liverpool	26	16	3	6	3	0.62
FWD	Danny Ings	Southampton	29	15	6	4	-	0.52
FWD	Marcus Rashford	Man Utd	22	14	6	4	5	0.64
FWD	Sadio Mane	Liverpool	26	14	5	6	-	0.54
FWD	Tammy Abraham	Chelsea	25	13	6	2	-	0.52
FWD	Dominic Calvert-Lewin	Everton	27	13	4	5	-	0.48
FWD	Raul Jimenez	Wolverhampton	29	13	-	7	3	0.45

Pos	Team	Played	Over		Under		Average goals scored	Clean sheets	At least one goal
1	Man City	28	20	71.43%	28.57%	8	2.43	10 games, 35%	25 games, 89%
2	Aston Villa	28	20	71.43%	28.57%	8	1.21	4 games, 14%	21 games, 75%
3	Liverpool	29	20	68.97%	31.03%	9	2.28	12 games, 41%	28 games, 96%
4	Tottenham	29	19	65.52%	34.48%	10	1.62	4 games, 13%	23 games, 79%
5	Leicester	29	18	62.07%	37.93%	11	2	10 games, 34%	23 games, 79%
6	Chelsea	29	18	62.07%	37.93%	11	1.76	6 games, 20%	23 games, 79%
7	Southampton	29	18	62.07%	37.93%	11	1.21	6 games, 20%	24 games, 82%
8	Bournemouth	29	18	62.07%	37.93%	11	1	4 games, 13%	18 games, 62%
9	Burnley	29	16	55.17%	44.83%	13	1.17	11 games, 37%	20 games, 68%

Källa: Bet777, https://www.bet777.be/en/, inhämtad den 9 april 2020.

Tillgänglighet – Skärmdump från en jämförelsewebbplats



Källa: Bettingmetrics, https://bettingmetrics.com/odds, inhämtad den 9 april 2020.

BILAGA B

IPSOS KONSUMENTUNDERSÖKNING

09-04-2020

1

FIELD SPECS

Target group:	18-65 yo, Male/Female, Nat rep sample
Screening criteria:	Has betted/gambled on online sites Past 3 Months
Number of interviews:	N=1000
Incidence rate:	29%
Interview length:	5 minutes
Fieldwork period:	January 31st – February 11th 2020

© Ipsos 2020

2

09-04-2020

BRIEF OF THE STUDY

To understand how the online gambling in Sweden is spread across different type of gambling sites as well as the reasons behind it

© Ipsos 2020

3

IPSOS ONLINE PANEL

HOW IPSOS SECURES HIGH QUALITY IN YOUR DATA THROUGH HIGH QUALITATIVE PANELS

© Ipsos 2020

4

09-04-2020

IPSOS ONLINE ACCESS PANEL

- Ipsos own Global Access Panel is developed and managed globally with more than **4.3 million panelists** in 43 countries worldwide
- Recruited by invitation (offline and online) – avoiding self recruitment!
- Continuously refreshed using a variety of sources (online and offline) and methods
- **Recruited to match official census statistics** on gender, age and region - still allowing for boosts on client specific or high demand samples
- Rigorous panel quality management during entire panel membership life cycle
- Adherence to and exceeding national or international quality norms & standards - **ISO-certified**

© Ipsos 2020

5

IPSOS ONLINE ACCESS PANEL

Working process to secure highest quality assurance

Our panels are in compliance with International quality standards recommended by EFAMRO

Double opt-in recruitment

Diverse sources usage

Priority given to recruitment through invitations

High Quality assurance standards: The **Ipsos Panel Integrity System (iPi)**

- Quality process from recruitment to survey,
- Panel usage rules (method and category),
- Ongoing monitoring of the panel's activity and parameters,
- Purging inactive panel members – removal procedures
- Exclusively used for Market Research.

Consistent and extensive information on each panelist.

Unique sampling tool

Same probability sample selection, disproportional outgo

Panel management

Loyalty program: reward system, panel communication, hotline…

ISO standards

© Ipsos 2020

6

09-04-2020

IPSOS ONLINE ACCESS PANEL

Our quality commitment is no compromise

Ipsos offers and ensures the highest standards of Ipsos panels, data quality, research hygiene and service to its clients:

Adherence to and exceeding national or international quality norms & standards:

- Member of ESOMAR and ADM
- ISO 9001 & 20252 certificated

Leading edge technologies and systems:

- 2005, 2007 & 2009 BVM „Tool of the year"

IIS has created and implemented quality assurance processes for our panels at every step of the way, from recruitment to panel management, from sample eligibility to survey response.

And of course, training is integral to our culture and quality commitment:Ipsos' e-campus, Learning Webinars, Coaching programs etc.

© Ipsos 2020

7

IPSOS ONLINE ACCESS PANEL

The Ipsos Panel Integrity system - Overview

1. Pre-Panel - Sophisticated validation system

- **De-duplication based on RelevantID®, robots detection, geo-IP validation.**
- **Contact information validation, check against Ipsos black-list.**

2. Early Panel - Anomaly detector/Survey-taking behavior

- **Demographic data consistence analysis against defined cluster groups.**
- **Detection of unengaged behavior via Trap survey.**

3. Survey - Suspicious respondents detection & panel usage rules

- **De-duplication based on RelevantID®, geo-IP validation,**
- **Speeders, straight-liners detection, etc.**
- **Strict panel usage rules.**

4. Ongoing Panel - Quality monitoring and purges

- **Panelists' behavior monitoring (tracked across surveys).**
- **Monthly purges.**

© Ipsos 2020

8

09-04-2020

IPSOS ONLINE ACCESS PANEL

National representative panel in Sweden

© Ipsos 2020

9

QUESTIONNAIRE

© Ipsos 2020

10

09-04-2020

QUESTIONNAIRE

Q1. Hur ofta spelar du på någon form av spelsidor där man kan vinna pengar? *(screening question)*

Q2.1 Hur mycket har du satsat på spel online de senaste tre månaderna?

Q2.2 Hur mycket har du vunnit på spel online de senaste tre månaderna?

Q3. Vilka spelsidor har du spelat på under de senaste tre månaderna?

Q4. Hur mycket har du spelat för totalt under de senaste tre månaderna på respektive sida?

Q5. Vilken typ av spel har du spelat på respektive sida under de tre senaste månaderna?

Q6. Vilken av de sidor du använt de tre senaste månaderna är den senaste du började spela på?

Q7. När började du spela på [PIPE IN ANSWER FROM Q6] ?

Q8. Hur mycket har du spelat för inom respektive spelkategori under de senaste tre månaderna?

Q9. Vilka är de tre viktigaste orsakerna till att du väljer att spela på en viss spelsida?

Q10. Varför tror du att vissa personer väljer att spela på spelsidor som saknar svensk licens?

Q11. Har du spelat på spelsidor som saknar svensk spellicens?

Q12. I vilken utsträckning bidrar följande till att du spelar/kan tänka dig att spela på sidor som saknar svensk spellicens?

Q13. I vilken utsträckning bidrar följande till att du inte överväger att spela på sidor som saknar svensk spellicens?

© Ipsos 2020

Click on the icon to open the document

Full questionnaire

11

ENKÄTUNDERSÖKNING 2020 – KANALISERING PÅ DEN SVENSKA SPELMARKNADEN

Undersökningen hölls på svenska och därför presenteras enkäten på svenska. Vi har gjort vissa ändringar i det ursprungliga frågeformuläret genom att ta bort koden bakom frågorna eller skriva om den i en mer läsbar form. De tre första frågorna översätts från engelska till svenska för konsekvens.

	MÅL
INTERVJUNS LÄNGD	7 MIN
ANTAL SLUTFÖRDA	1 000
FÖRDELNING	NAT. REP. 18–65 MÄN/KVINNOR
LAND	SVERIGE
ÖVRIGA KRITERIER	P3M ONLINESPELARE

SCREENER OCH ENKÄT

Vad är ditt födelsedatum?
(Ange år mellan 1910 och 2015 och månad)

Är du...?

1. Man
2. Kvinna

Ange din bostadsort genom att svara på följande frågor

1. Region
2. Kommun
3. Stad
4. Postkod

INTRO:

I Sverige finns det sedan januari 2019 ett licenssystem för spel online där man kan vinna pengar (t.ex. betting, casino, bingo etc.). Syftet med licenssystemet är att öka kontrollen på spelmarknaden och förstärka konsumentskyddet. Konsumenter är fria att spela på såväl licensierade som olicensierade sidor. **OBS! Frågorna nedan gäller uteslutande spelande online.**

Q1.

Hur ofta spelar du på någon form av spelsidor där man kan vinna pengar?

1. Aldrig (Undersökningen avslutas om detta alternativ väljs)
2. En gång per år (Undersökningen avslutas om detta alternativ väljs)
3. En gång per halvår (Undersökningen avslutas om detta alternativ väljs)
4. En gång per kvartal
5. En gång i månaden
6. En gång i veckan
7. Oftare

Q2.1

Hur mycket har du satsat på spel online de senaste tre månaderna? Vänligen ange ett belopp mellan 1-300 000 kr**.** (Visar ett felmeddelande om svaret är utanför skalan)

Jag har satsat (fyll i) kr de senaste tre månaderna.

Q2.2

Hur mycket har du vunnit på spel online de senaste tre månaderna? Ange belopp i kronor.

Jag har vunnit (fyll i) kr de senaste tre månaderna.

Q3.

Vilka spelsidor har du spelat på under de senaste tre månaderna?
Skriv in en spelsida per ruta/skrivfält.
När du börjar skriva i en ruta kommer det upp fler. (Maximum antal rutor 10)
Skriv in så många spelsidor som är aktuella för dig.

99. Ingen/Vet ej (Undersökningen avslutas)

Q4.

Du angav tidigare att du spelat för (visar svaret i Q2.1) de senaste tre månaderna. Fördela detta belopp på de sidor du spelar på (visar svaren i Q3).

Hur mycket har du spelat för totalt under de senaste tre månaderna på respektive sida?

Ange svar i kronor för respektive sida.

(Visar ett felmeddelande om summan inte motsvarar svaret i Q2.1)

Q5.

Vilken typ av spel har du spelat på respektive sida under de tre senaste månaderna? (Visar svaren i Q3)

1. Casino och gambling slots
2. Sportspel och andra oddsspel
3. Bingo
4. Lotterier och nummerspel
5. Hästspel

Q6.

(Visar svaren i Q3)

Vilken av de sidor du använt de tre senaste månaderna är den senaste du började spela på?

Q7.

När började du spela på (visar svaret i Q6)?

1. Mindre än 1 månad sen
2. 1-3 månader sen
3. 4-6 månader sen
4. 7-12 månader sen
5. Mer än 1 år sen
6. Vet ej

Q8.

Du angav tidigare att du spelat för (visar svaret i Q2.1) de senaste tre månaderna. Fördela detta belopp på respektive spelkategori du spelat på.

Hur mycket har du spelat för inom respektive spelkategori under de senaste tre månaderna?

Ange svar i kronor för respektive spelkategori

1. Casino och gambling slots
2. Sportspel och andra oddsspel
3. Bingo
4. Lotterier och nummerspel
5. Hästspel

(Visar ett felmeddelande om summan inte motsvarar svaret i Q2.1)

Q9.

Vilka är de tre viktigaste orsakerna till att du väljer att spela på en viss spelsida?
Du kan max välja 3 svarsalternativ.

(Alternativen visas i slumpmässig ordning)

1. Bra bonuserbjudande (tex i termer av antal, storlek, frekvens)
2. Höga vinster
3. Avgiftsfria vinstuttag
4. Snabba vinstuttag
5. Pålitliga betalningsalternativ
6. Höga odds
7. Svensktalande kundtjänst
8. Svenskt varumärke
9. Innehar svensk spellicens
10. Spela anonymt
11. Lätt att bli medlem
12. Lätt att få överblick av mitt spelande (T.ex. vinst och insatser)
13. Bra utbud på olika spel
14. Användarvänlig hemsida/mobilapp

98. Annan anledning: _____

(Visar ett felmeddelande om fler än 3 alternativ valts)

Q10.

Varför tror du att vissa personer väljer att spela på spelsidor som saknar svensk licens?

(Alternativen visas i slumpmässig ordning)

1. Bättre bonuserbjudande
2. Högre odds
3. Spela anonymt
4. Minst lika tryggt att spela på en spelsida som saknar svensk licens som på en sida med licens

98. Annan anledning: _____
99. Vet inte

Q11.

Har du spelat på spelsidor som saknar svensk spellicens?

1. Ja
2. Nej men skulle kunna tänka mig att göra det
3. Nej, inget som jag överväger
4. Vet ej

Q12.

(Frågan visas om 1. ”Ja” eller 2. ”Nej men skulle kunna tänka mig att göra det” har valts i Q11)

I vilken utsträckning bidrar följande till att du spelar/kan tänka dig att spela på sidor som saknar svensk spellicens? (Skala 1 ”Inte alls” till 5 ”I mycket stor utsträckning” för varje alternativ)

(Alternativen visas i slumpmässig ordning)

1. Bättre bonuserbjudande
2. Högre odds
3. Spela anonymt
4. Minst lika tryggt att spela på en spelsida som saknar svensk licens som på en sida med licens
5. Minst lika snabba vinstuttag på en spelsida som saknar svensk licens som på en sida med licens
6. Minst lika lätt att bli medlem på en spelsida som saknar svensk licens som på en sida med licens

Q13.

(Frågan visas om 3. ”Nej, inget som jag överväger” har valts i Q11)

I vilken utsträckning bidrar följande till att du inte överväger att spela på sidor som saknar svensk spellicens? (Skala 1 ”Inte alls” till 5 ”I mycket stor utsträckning” för varje alternativ)

(Alternativen visas i slumpmässig ordning)

1. Minst lika bra bonuserbjudanden på en spelsida med svensk licens som på en sida som saknar licens
2. Minst lika bra odds på en spelsida med svensk licens som på en sida som saknar licens
3. Möjlighet till att få hjälp med att reglera mitt spelande på sida med svensk spellicens (ex. aktivera Spelpaus)
4. Minst lika tryggt att spela på en spelsida med svensk licens som på en sida som saknar licens

Tack för din tid, ha en fortsatt trevlig dag!

BILAGA C

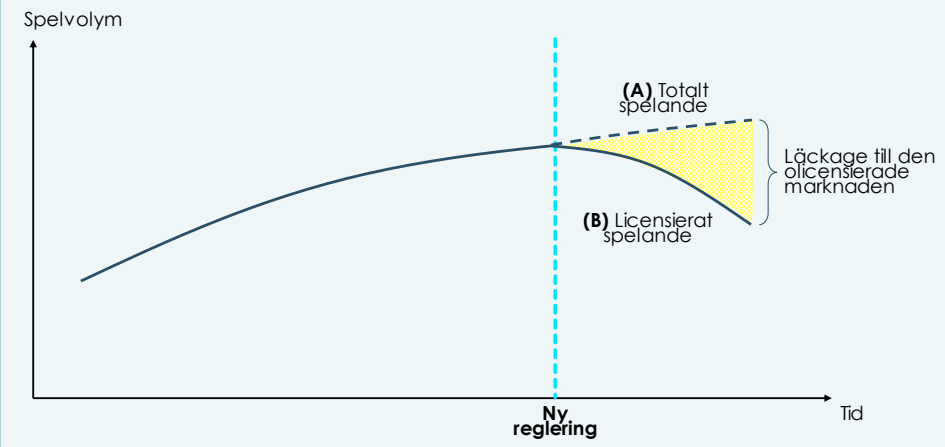
KAPITEL 3: RESIDUALANALYS

Faktaruta 2 Metod – residualanalys

Residualanalysen mäter skillnaden (resten) mellan **(A)** det totala spelandet och **(B)** spelandet på den licensierade marknaden över tid. Resten är lika med spelandet på den olicensierade marknaden.

Den nya lagstiftningen skulle sannolikt påverka spelnivån på den licensierade marknaden. Figuren nedan visar hur residualanalysen kan fånga upp det ytterligare läckage som orsakas av lagstiftningen. Det ytterligare läckaget beror på två faktorer:

- Eftersom det inte finns något tillgängligt mått på det totala spelandet beräknas detta med hjälp av indikatorer.
- Spel på den licensierade marknaden mäts med hjälp av NGR-data från operatörer som tillsammans representerar mer än hälften av den licensierade marknaden.



Källa: Copenhagen Economics

TREND TOTALT SPELANDE

I den här bilagan beskriver vi de sju indikatorerna för totalt spelande som beskrivs i avsnitt 3.2.2. Indikatorerna kan kategoriseras enligt följande:

i. Konsumentaktivitet och beteende
ii. Tidigare bedömningar av totalt spelande
iii. Makroekonomi

Varje kategori av indikatorer beskrivs mer i detalj nedan.

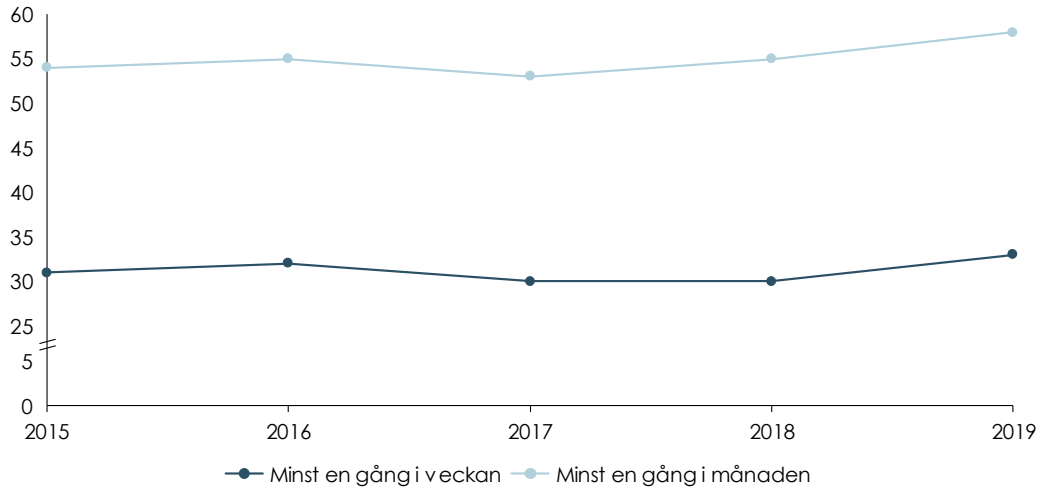
INDIKATORER FÖR KONSUMENTAKTIVITET

Ett mått på totalt spelande över tid kan också återspeglas i konsumenternas beteende. Exempel på konsumentbeteende som kan relateras till nivån för det totala spelandet:

- **Spelfrekvens:** Om folk spelar oftare, bör detta återspeglas i nivån för det totala spelandet. Vi bedömer spelfrekvensen med hjälp av undersökningsdata för en representativ befolkning.[39]
- **Spelberoende:** Om att söka hjälp för spelproblem är positivt korrelerad till spelvolym, är det rimligt att anta att indikatorer för spelberoende också återspeglar nivån för det totala spelandet. Vi bedömer spelberoende med hjälp av antalet samtal till Stödlinjen och antalet registrerade på Spelpaus.

Spelfrekvens kan mätas med hjälp av undersökningsbevis för den spelande befolkningen i Sverige. Det framgår av undersökningen att den andel av befolkningen som spelar minst en gång i veckan har varit stadig, eller ökat något mellan 2015 och 2019, se Figur 19.

Figur 19
Konsumenter som spelar minst en gång i veckan eller månaden
Andel av respondenter



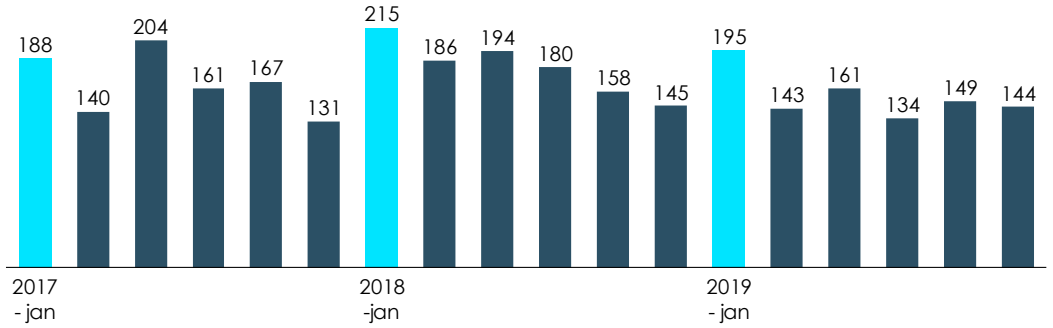
Källa: Novus (2018), s. 10 och Novus (2019), s. 11.

Spelberoende kan *för det första* mätas genom antalet samtal till Stödlinjen, en hotline för människor, eller anhöriga till människor, som kämpar med spelberoende. Stödlinjen är tillgänglig för alla

[39] Spelinspektionen publicerar en årlig rapport om spelmarknaden i Sverige där spelvanor har kartlagts över tid. Se Novus (2018) och Novus (2019).

som bor i Sverige – och skiljer inte mellan licensierat eller olicensierat spelande. Den årliga förändringen av antalet samtal till Stödlinjen har varit stabil mellan 2017 och 2019, se Figur 20.

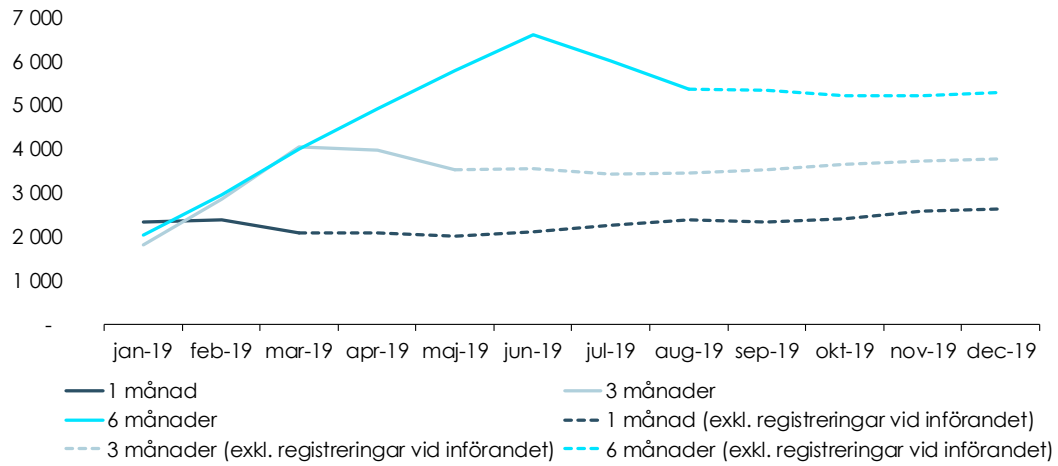
Figur 20
Månadsvisa nivåer av relevanta samtal till Stödlinjen, Januari-Juni för 2017-2019
Antal samtal



Källa: Stödlinjen (2019).

Spelberoende kan *för det andra* mätas med hjälp av antalet människor som själva gör ett uppehåll i sitt spelande genom Spelpaus. Spelpaus lanserades 2019 och annonseras på alla licensierade spelsajter. Antalet registrerade användare på Spelpaus ökade kraftigt den första månaden, vilket i sin tur påverkar antalet registrerade användares tills de första uppehållen löper ut, vilket illustreras i Figur 21.

Figur 21
Utveckling i antal registrerade hos Spelpaus, 2019
Antal registrerade

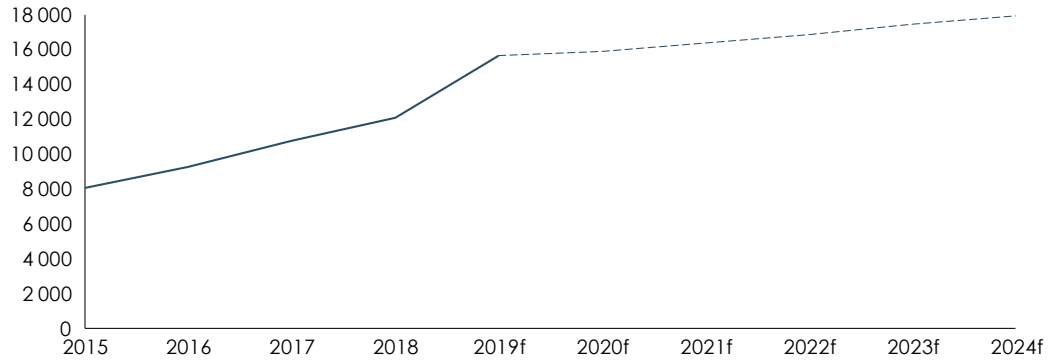


Källa: Spelinspektionen, 13 Februari 2020 (data) och Copenhagen Economics (beräkningar).

TIDIGARE BEDÖMNINGAR AV TOTALT SPELANDE

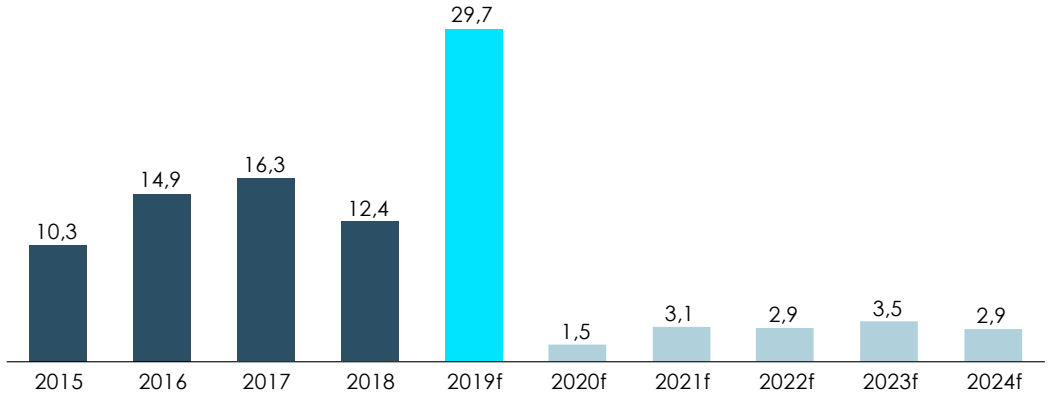
Den totala nivån *för licensierat* spelande i Sverige har regelbundet mätts av oberoende analysinstitutioner som H2GC. De har också uppskattat andelen olicensierat spelande i Sverige över tid.

Figur 22
Totalt spelande online, 2015-2024
Miljoner kronor



Not: Den streckade linjen visar prognosticerade värden.
Källa: H2GC (data), senast uppdaterad 2 januari 2020.

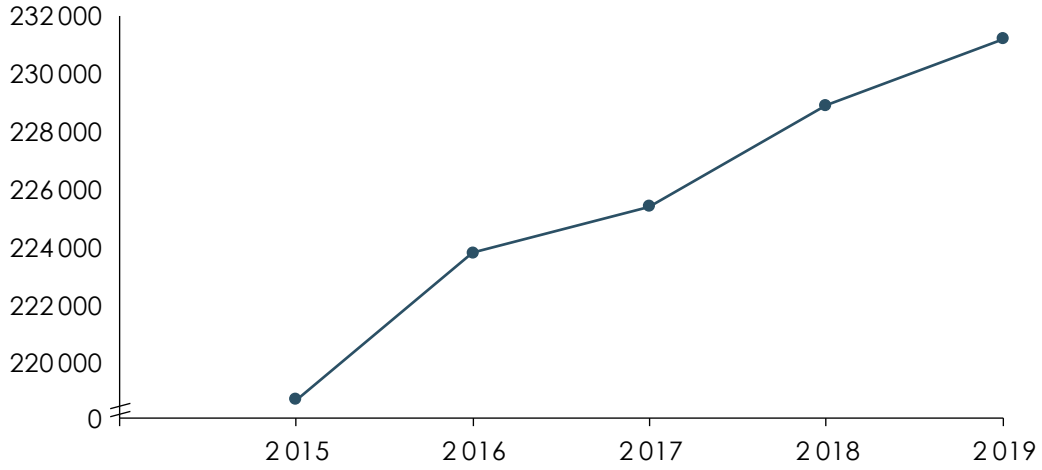
Figur 23
Tillväxttakt i totalt spelande per år, 2015-2018 och 2019f-2024f
%



Not: Den prognosticerade marginella förändringen från 2018 till 2019 är en uteliggare och exkluderas från den estimerade trenden för totalt spelande.
Källa: H2GC (data), senast uppdaterad 2 januari 2020.

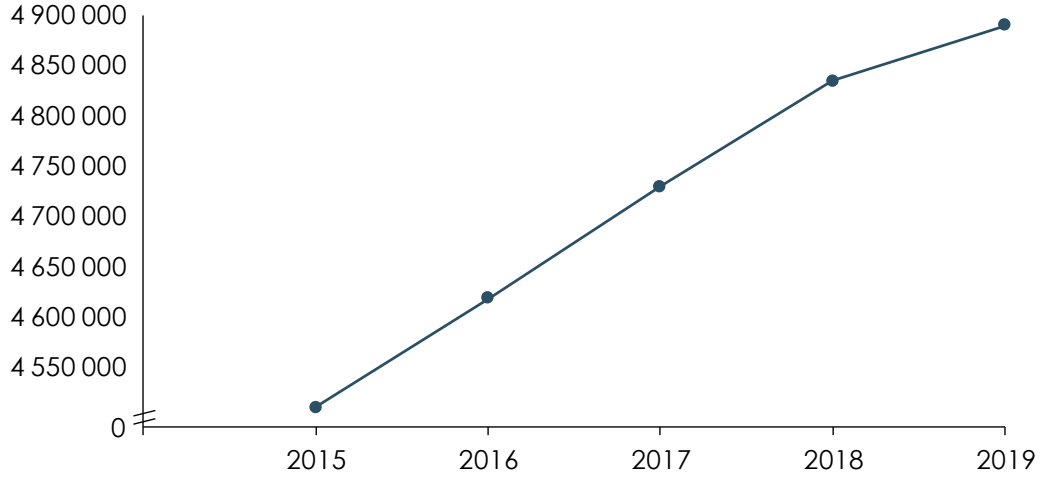
MAKROEKONOMISKA INDIKATORER

Figur 24
Disponibel inkomst (real), 2015-2019
Miljoner kronor



Källa: Konjunkturinstitutet (2020a).

Figur 25
BNP (real), 2015-2019
Miljoner kronor



Källa: Konjunkturinstitutet (2020b).