

Kandidatuppsats
Vårterminen 2008
Handledare: Owe R. Hedström

Författare: **Johan Domeij**
Anders Åström

Svenska Spels sociala ansvarstagande

- Ett spel för galleriet?

Vi vill först och främst tacka vår handledare Owe R. Hedström för att entusiastiskt och hjälpsamt väglett oss under skrivandets gång. Owe har bidragit med intressanta infallsvinklar och tips, som vi följt upp och på så sätt kunnat genomföra en mer täckande studie.

Vi vill även tacka alla våra respondenter som ställt upp och besvarat våra frågor ärligt och öppensinnat. Ett speciellt tack till våra respondenter som gick med på att träffa oss personligen, tack för ett trevligt bemötande!

Ett sista tack till Umeå Universitet som tillåter studenter att sitta i datorsalarna och skriva på kvällar, nätter och helger.

Sammanfattning

Socialt ansvar är en faktor som har en betydande roll i dagens företagsklimat. Svenska Spel är ett företag som måste ta ett stort socialt ansvar, dels på grund av sina produkter och dels sin ägarstruktur. Deras produkter lockar med spännig och möjligheter till rikedom men produkterna har också en negativ baksida. Spelande kan leda till ett beroende där individen själv och andra människor i dess närhet påverkas och far illa. I och med utvecklandet av snabba spel och dess enkla tillgänglighet över Internet har kraven på spelbolagens sociala ansvar stärkts. Detta leder fram till vårt syfte: Att analysera i vilken utsträckning Svenska Spel tar sitt sociala ansvar utifrån vad de själva anser sig ta för ansvar samt hur deras intressenter upplever Svenska Spels sociala ansvarstagande. Vidare undrade vi hur Svenska Spel upplyser sina konsumenter om de negativa faktorerna kring deras spelprodukter och hur deras sociala ansvarstagande yttrar sig.

Vi genomförde en kvalitativ undersökning där vi intervjuade intressenter till Svenska Spel. Genom att använda en egenkonstruerad intressentmodell hittade vi representativa respondenter från de intressentkategorier som vi ansåg påverkades av eller själva påverkade Svenska Spel. Djupintervjuer användes för att skapa en djupare förståelse kring hur intressenterna uppfattade Svenska Spels sociala ansvar.

Den empirisk insamlade datan samt analysen är tematiskt indelad efter frågor rörande socialt ansvar, kommunikation, information och marknadsföring baserat på teorier rörande samma ämnen. Genom analysen har vi kunnat konstatera att Svenska Spel enbart anser sig ha ett spelansvar och inget ansvar för de människor som utvecklat ett spelberoende. Svenska Spels intressenter menar att företaget inte tar ett tillfredställande socialt ansvar eftersom företaget inte finner sig ansvarigt för de negativa effekter företagets produkter åstadkommer.

1. Inledning	6
1.1 Problembakgrund	6
1.2 Spelets historia	8
1.3 Problemformulering	8
1.4 Syfte	8
1.5 Avgränsningar och begränsningar	9
1.6 Definition	9
2. Utgångspunkter	10
2.1 Ämnesval	10
2.2 Kunskapssyn	10
2.3 Förförståelse.....	11
2.4 Forskningsansats	11
2.5 Litteratursökning.....	12
2.6 Kritik av sekundärkällor	12
3. Svenska Spel, beroendet och ansvaret	14
3.1 Historien om Svenska Spel	14
3.2 Svenska Spel	14
3.3 Paradoxen.....	15
3.4 Beroende eller inte?	15
3.5 Vem har ansvaret?.....	16
3.6 Svenskaspel.se och kritiken	17
3.7 Den reglerade marknaden	18
3.8 Konkurrensen	19
4. Teori och policy	20
4.1 Inledning	20
4.2 Val av teorier.....	21
4.3 Svenska Spels ansvarssyn	21
4.3.1 Uppbyggnaden inom Svenska Spel	21
4.3.2 Ansvar före vinst	22
4.4 Corporate Social Responsibility (CSR)	23
4.4.1 Vad är Corporate Social Responsibility?	23
4.4.2 Varför Corporate Social Responsibility?.....	23
4.4.3 Intressentteorin	23
4.4.4 Carrolls CSR-pyramid	25
4.4.5 Företagsteorin.....	26
4.5 Kommunikation	27
4.5.1 Vad är kommunikation?.....	27
4.5.2 Externa kommunikationens uppdelning.....	27
4.5.3 Kommunikationsmodellen.....	28
4.6 Information	30
4.6.1 Publika Relationer (PR).....	30
4.6.2 PR-modeller	30
4.7 Marknadsföring.....	31
4.7.1 Svenska Spels riktlinjer.....	31
4.7.2 Sponsring	32

5. Praktisk metod	34
5.1 Insamling av primärdata	34
5.2 Val av respondenter	34
5.3 Intervjuupbyggnad	35
5.4 Intervjuernas genomförande	36
5.5 Access	36
5.6 Bearbetning av intervjuerna.....	37
5.7 Kritik av primärkällor	37
6. Empiri	38
6.1 Inledning	38
6.2 Presentation av respondenterna.....	39
6.3 Uppfattningarna om Svenska Spels sociala ansvarstagande.....	40
6.3.1 Vem/vilka har ansvaret över spelberoende?.....	40
6.3.2 Tar Svenska Spel sitt sociala ansvar?.....	41
6.3.3 Svenska Spels framtida sociala ansvarstagande.....	42
6.3.4 Spelet på Internet.....	43
6.4 Informationen och kommunikationen mellan Svenska Spel och dess intressenter	44
6.5 Marknadsföring och sponsring	45
7. Analys.....	47
7.1 Uppfattningar om Svenska Spels sociala ansvarstagande	47
7.1.1 Svenska Spels uppfattning.....	47
7.1.2 Respondenternas uppfattning av socialt ansvar gällande spelberoende.....	49
7.1.3 Respondenternas uppfattning kring hur vida Svenska Spel tar sitt sociala ansvar.....	49
7.1.4 Svenska Spels framtida sociala ansvarstagande.....	50
7.1.5 Spelet på Internet	51
7.2 Informationen och kommunikationen mellan Svenska Spel och dess intressenter	51
7.3 Marknadsföringen och sponsringen inom Svenska Spel	52
7.3.1 Marknadsföring.....	52
7.3.2 Sponsring	53
8. Slutsats	54
8.1 Slutsatser av undersökningen.....	54
8.2 Förslag till Vidare forskning.....	55
9. Sannings- och äkthetskriterier.....	56
9.1 Tillförlitlighet.....	56
9.2 Överförbarhet.....	56
9.3 Pålitlighet	56
9.4 Konfirmerbarhet.....	56
10. Referenser	57
11. Bilagor	60

1. Inledning

I detta kapitel redogör vi för problembakgrunden och ger en historisk tillbakablick i ämnet spel. Vidare presenteras problemformuleringen och syftet med vår undersökning följt av begränsningar och avgränsningar i studien.

1.1 Problembakgrund

Forskarduon Kruckeberg & Strack startade för drygt tjugo år sedan en akademisk debatt om organisationers samhälls- och sociala ansvar. De hävdade utifrån sin tes att organisationer under det senaste seklet frivilligt eller ofrivilligt tagit avstånd från närsamhället och på så sätt bidragit till "the loss of community". Kruckeberg & Strack menade vidare att organisationer och deras informationsverksamhet i större utsträckning måste bli en partner i närsamhället, åta sig större socialt ansvar och bli en aktiv aktör genom att hjälpa människor känna gemenskap, trygghet och ge socialt stöd. Forskaren Deetz tog sedan detta synsätt ett steg längre då han menade att organisationer idag tar så många beslut som påverkar människor i väldigt stor utsträckning och därmed skall de även ta ansvar för dem.¹ De skall alltså bland annat ta sitt sociala ansvar (Corporate Social Responsibility)

Med denna uppsats vill vi belysa, undersöka och analysera Svenska Spel om hur de arbetar med det sociala ansvaret. Svenska Spel berör egentligen alla eftersom organisationen är ett statligt ägt bolag, det vill säga den svenska befolkningen äger indirekt bolaget. Men som ägare av bolaget, hur mycket känner vi egentligen till om Svenska Spel och vad dem egentligen eftersträvar? Svenska Spel har en problematisk situation där marknadsföring, utveckling av nya produkter och ökad andel kunder är nödvändiga pusselbitar för att överleva som företag. Samtidigt ger dessa komponenter upphov till samhällsproblem, så som spelberoende, vilket kostar samhället stora summor och som skadar individerna som drabbas. Svenska Spel avsäger sig ansvaret för dessa individer men menar samtidigt att de tar sitt sociala ansvar. Därför anser vi att detta är ett område som är intressant att undersöka.

Svenska Spel är alltid i viss utsträckning aktuellt då det som händer i ett statligt bolag för eller senare påverkar oss människor i det svenska samhället. Under våren 2008 har dock ämnet blivit oerhört aktuellt då Svenska Spel har fått en ny ordförande; Margareta Winberg. Hon gick direkt ut och kritiserade den gamla styrningen genom sitt uttalande: "Mitt uppdrag är att flytta fokus från det kommersiella till socialt ansvarstagande"²

Uttalande av finansminister Anders Borg tyder också på att den nu sittande regeringen inte varit nöjd med Svenska Spels sociala ansvar tidigare;

¹ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, s. 36-37

² <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=757912> 2008-04-04

*"Med ordförandebytet vill vi tydliggöra inriktningen för Svenska Spels arbete. Med Margareta Winberg som ordförande förstärker vi inriktningen mot socialt ansvarstagande och folkhälsa"*³

Kort efter ordförandebytet och dessa uttalanden valde Svenska Spels VD Jesper Kärrbrink att avgå. Han menade att det inte berodde på att Margareta Winberg blivit ordförande utan istället var det på grund av regeringens ändrade strategi för Svenska Spel. I årsredovisningen från 2007 gav han och Svenska Spel sin dåvarande syn på det sociala ansvaret. De ansåg att Svenska Spels enda uppgift är att ta spelansvar genom att arbeta med förebyggande åtgärder, information och utbildning. De menar att det är andra aktörer såsom Statens Folkhälsoinstitut, Spelberoendes Riksförbund och kommunernas socialtjänst som har ansvaret för finansieringen och vården av spelberoende personer.⁴ Kritik mot Svenska Spel från bland andra Spelberoendes Riksförbund menar att staten och Svenska Spel tjänar flera miljarder varje år men återinvesterar inte särskilt mycket för att stödja och hjälpa de som drabbas av spelberoende eller deras anhöriga.⁵

Mängder med tidigare studier om socialt ansvarstagande har gjorts och lika så om Svenska Spel. De studier rörande det sociala ansvaret undersöker till stor del Corporate Social Responsibility (CSR) genom konsument och marknadsföringsperspektiv där författarna vill belysa i vilken utsträckning CSR används av företaget som ett marknadsföringsverktyg.

Många CSR-studier undersöker också i vilken utsträckning socialt ansvar är lönsamt för företagen. Vår infallsvinkel med CSR som grund gentemot Svenska Spel blir istället att undersöka om de utifrån dess intressenter åsikter tar sitt sociala ansvar.

Tidigare studier om Svenska Spel har mestadels undersökt externa hot såsom avregleringshotet av det svenska spelmonopolet från EU och hotet från de utländska aktörerna som tar marknadsandelar genom att erbjuda spel på Internet. Ägarförhållandet och strukturen inom Svenska Spel har även undersökts i vissa studier, dock har vi inte funnit någon studie som på ett tillfredställande sätt undersöker och utreder problematiken runt Svenska Spel och det sociala ansvaret. Genom de uttalanden som gjorts och Jesper Kärrbrinks avhopp verkar det råda skiljda åsikter om vilket socialt ansvar som Svenska Spel tar och skall ta. Ämnets problematik, komplexitet, aktualitet och att få tidigare studier gjorts, gör det valda ämnet väldigt intressant och relevant att belysa och undersöka.

³ <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=757871> 2008-04-04

⁴ Svenska Spels Årsredovisning (2007) s. 40

⁵ <http://www.spelberoende.se/fakta.html> 2008-04-04

1.2 Spelets historia

Under antiken umgicks greker genom spelandet med tärning som tillverkats av bränd lera eller av fårens fyrkantiga hälben. Indianerna i Nordamerika gjorde detsamma men använde istället tärning av buffelben. Enligt bibeln använde Moses lotter när han fördelade landområden och de romerska soldaterna kastade tärning om Jesus kläder.⁶ Spel har alltid fascinerat människor genom historien och varit en del i människornas liv. Dagens spelande är på många sätt likt spelandet med buffelben och bränd lera genom det faktum att man nu som då söker spänningen och den gemenskapen som spel tillför. En stor skillnad idag är att det som varit en gemenskapsfaktor och relativt harmlöst utvecklats till en miljardindustri som både kan göra människor lyckliga och rika men även ge dem problem som spelmissbruk och fattigdom.

En uppsjö av olika spelprodukter finns tillgängliga i dagens samhälle; Triss, Lotto, Oddset, Bingo, Keno, Stryktipset, Joker, Tia, Vegas, Nätbingo och poker för att nämna några produkter Svenska Spel tillhandahåller oss konsumenter.⁷ Genom dessa mängder av spel ökar spelandet hos oss konsumenter och detta leder till fler konsumenter som utvecklar ett problematiskt förhållande till sitt spelande. Denna typ av problematik anses ha funnits länge, men blev en psykiatrisk diagnos 1980 då man introducerade termen pathological gambling.⁸

1.3 Problemformulering

Hur agerar Svenska Spel för att ta sitt sociala ansvar?

Vad anser intressenterna runt Svenska Spel om Svenska Spels sociala ansvarstagande?

När Svenska Spel ut med hur de vill att det sociala ansvaret skall tas genom de kommunikationskanaler som de använder?

1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att analysera i vilken utsträckning Svenska Spel tar sitt sociala ansvar (Corporate Social Responsibility) utifrån vad de själva anser sig ta för ansvar samt hur Svenska Spels intressenter upplever Svenska Spels sociala ansvarstagande.

⁶ <http://www.spelberoende.se/fakta.html> 2008-04-04

⁷ Svenska Spels Årsredovisning (2007) s. 9

⁸ Walker (1992) *The psychology of gambling*, s. 17

1.5 Avgränsningar och begränsningar

För att få svar på frågan hur vida Svenska Spel tar sitt sociala ansvar eller inte och vad det beror på har vi valt att vända oss till ett antal intressenter rörande Svenska Spel. Vi har skapat en intressentmodell (se fig. 3) att utgå ifrån och sedan diskuterat fram vilka de viktigaste intressenterna är gällande det sociala ansvaret. Även då Svenska Spel konkurrerar aktivt mot de utländska aktörerna har vi valt att inte titta närmare på den situationen utan att endast kortfattat nämna detta faktum. En bit i det sociala ansvaret som inte behandlas är miljöaspekten detta genom att Svenska Spels verksamhet och produkter inte enligt vår mening påverkar miljön i någon större utsträckning. Svenska Spel är det centrala i denna uppsats och i intressentmodellen. Vi har valt att inte ta med dem i vår empiristudie då vi anser att den data som ges då skulle vara närmast identiskt med den vi kommer att behandla i teorikapitlet som erhållits genom årsredovisningar, samhällsrapporter och litteraturen.

1.6 Definition

Corporate Social Responsibility (CSR) översatt till svenska benämns socialt ansvar, innebörden av dessa uttryck definieras som följande; *Att på frivillig grund ta ansvar för miljö och sociala frågor i relation till företagets intressenter utöver vad lagen kräver samt att företaget på eget initiativ, aktivt engagerar sig i samhällsutvecklingen.*⁹

⁹ http://www.si.se/templates/CommonPage_____3693.aspx 2008-06-05

2. Utgångspunkter

I detta kapitel kommer vi att redogöra för vår tidigare kunskapssyn och förståelse inom områdena, Svenska Spel, spelberoende och spel samt hur de kan ha påverkat utgången av resultatet. Även hur vi gick till väga vid insamlandet av data samt kritik kring våra sekundärkällor kommer att presenteras.

2.1 Ämnesval

Eftersom vi båda den senaste tiden inriktat oss på marknadsföring inom företagsekonomi i våra universitetsstudier har vi fått en bred förståelse kring hur viktig marknadsföringen är för ett företags fortlevnad. Vi vill bredda vår kunskap ytterligare genom att belysa den del som vi båda tror komma spela en allt större roll i framtiden för organisationer, det sociala ansvaret och om hur företaget uppfattas i samhället. Det sociala ansvaret har det senaste decenniet spelat en allt viktigare roll inom företagets marknadsföring, affärsidé och mål vilket medfört att det blivit en viktig del för företagets fortsatta utveckling och hållbarhet. Företagen har inte längre bara makt över marknaden utan även samhället och människorna i stort.

Svenska Spel är Sveriges största spelleverantör då de har monopol på spelmarkanden bortsett från spel på hästar och visst spel på nattklubbar. Att vi valde att fokusera vår uppsats på Svenska Spel är inte för att vi uteslutande spelar på Svenska Spel eller att vi har ett gediget spelintresse utan för att företaget Svenska Spel är ett företag som berör oss alla genom sin ägarstruktur och har därmed enligt oss ett stort socialt ansvar.

Vår fördjupning inom Svenska Spels sociala ansvar är tidsmässigt aktuellt med tanke på att företaget detta år lanserat en kampanj där de uppmanar folk att "spela lagom".

2.2 Kunskapssyn

Kunskapssynen påverkar alltid en studie då den syftar till vilka preferenser författaren har och hur denne uppfattar verkligheten. När man nämner kunskapssyn åsyftas oftast två olika kunskapssyner, den positivistiska och den hermeneutiska. Positivismen är naturvetenskapligt inriktad, d v s den grundar sig helt på fakta. Forskaren med denna kunskapssyn skall genomföra studien helt utan egna värderingar som kan påverka resultatet eftersom studien genomgående skall vara objektiv.¹⁰ Ett hermeneutiskt kunskapssynsätt baseras på tolkning och förståelse. Forskaren har en betydande roll då denne analyserar respondentens svar vilket ger studien en mer subjektiv prägel än den positivistiska. Moderna förespråkare uppfattar även att hermeneutiken innefattar

¹⁰ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 26 f

sociala handlingar och andra företeelser som saknar egentligt dokumentärt värde.¹¹

I vår studie används en hermeneutisk kunskapssyn då vårt syfte är att få en förståelse kring hur vida Svenska Spel tar tillräckligt socialt ansvar. Vi anser det svårt att vara objektiva i denna fråga då våra egna värderingar och hur vi tolkar respondenternas svar kommer att påverka resultatet i viss grad. Vi är väl medvetna om detta och har vid genomförandet av vår empiriska studie samt under bearbetandet av de insamlade data försökt ha en så objektiv syn som möjligt.

2.3 Förförståelse

Även om Svenska Spel är ett av Sveriges största monopolföretag hade vi båda förhållandevis dålig kunskap om företagets marknadsföring, vilket socialt ansvar de tar och hur deras finansiella rapporter har varit. Den kunskap kring Svenska Spel som vi till viss del hade förståelse kring innan vi började skriva uppsatsen berörde mest företagets produkter och hur spel fungerar i allmänhet.

Vi har båda läst samma marknadsföringskurser under vår tid som universitetsstudier och anser oss ha mer än grundläggande kunskaper inom ämnet. De kurser vi senast läste var marknadsföring ur ett internationellt perspektiv samt marknadsföring ur etiska aspekter. Det är främst kunskaper vi från den sistnämnda kursen som vi genom skrivandet av uppsatsen kommer att fördjupa oss inom.

Vår bakgrund inom konsumtionen av spelprodukter skiljer sig åt då den ene regelbundet spelar på Svenska Spel samt en rad internationella sajter och den andre endast tidigare köpt skraplotter. Ingen av oss har hamnat i ekonomiska svårigheter på grund av vårt spelande men den ena har fått uppleva de psykiska påfrestningar som spel kan innebära. Vi har båda uppfattningen om att Svenska Spel är tvetydiga genom sin förmedling om att spela lagom men ändå marknadsför de sina produkter för att få oss konsumenter att spela.

2.4 Forskningsansats

När empiriska studier ska genomföras finns det två vanligt förekommande forskningsansatser att utgå ifrån, den induktiva och deduktiva forskningsansatsen. I den förstnämnda, den induktiva, utgår forskaren från empiriska studien för att förklara teori medan i en deduktiv forskningsansats utgör teorin en grund för att kunna tolka empirin.¹² I vår studie använder vi oss av en deduktiv ansats där vi utifrån befintliga teorier rörande socialt ansvar, marknadsföring, information och kommunikation vill belysa hur vida Svenska Spel tar sitt sociala ansvar.

¹¹ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 442 f

¹² Ibid., s. 24-25

Tillvägagångssättet för att få tag i den empiriskt sökta informationen kan göras med hjälp av antingen en kvalitativ eller kvantitativ metod. Med en kvantitativ metod utgörs undersökningen till huvudsak av en enkätundersökning, de data som samlats in skall sedan analyseras och framställas i mätbar form för att kunna generaliseras vid behov.¹³ Om vi hade för avsikt att göra en undersökning gällande hur allmänheten överlag uppfattade Svenska Spels sociala ansvar hade vi kunnat fråga folk runt om i staden och på så sätt använt en kvantitativ metod.

Kvalitativ metod handlar mer om att tolka och förstå det material som samlats in snarare än att göra det mätbart. För att genomföra empirisk studie med hjälp av kvalitativ metod krävs i regel djupintervjuer för att få en djupare inblick och förståelse kring bakomliggande faktorer som kan hjälpa oss lösa tidigare formulerade problem¹⁴

I vår undersökning kommer vi att använda oss av kvalitativ metod med hjälp av telefonintervjuer och personliga möten. Genom att vi använder oss av intressentmodellen i vårt framtagande av respondenter och vill ha representation av alla delar i den modellen anser vi att den kvalitativa metoden lämpar sig bäst genom möjligheten att få en djupintervju med en representant från varje del. Möjligheten till följdfrågor och kompletterande frågor vid behov som ges i en kvalitativ studie jämfört med en kvantitativ studie där dessa möjligheter icke finns gör att vi finner det nödvändigt i en studie med vårt syfte att välja en kvalitativ metod.

2.5 Litteratursökning

För att finna teorier att använda i vår uppsats sökte vi i Umeå Universitets biblioteks databas. Den litteratur vi använt oss av till bildandet av teorikapitlet har vi funnit genom bibliotekets sökverktyg ALBUM där sökord som "Corporate Social Responsibility", "företagsansvar", "kommunikationsvetenskap", "sponsring i offentlig sektor" och "sponsorship" använts. Litteraturen som valdes ut efter de olika sökordens resultat kompletterades med tidigare kurslitteratur från våra universitetsstudier. Artiklarna som kompletterat teoriavsnittet fann vi genom att söka i databaserna Business Source Premier och Emerald med sökord som "Corporate Social Responsibility", "corporate communication" och "communication to stakeholders". Större delen av informationsinsamlandet kring Svenska Spel gjordes utifrån deras Årsredovisningar, boken "Rent Spel" och kompletterade med uppgifter från diverse organisationer och företag kopplade till Svenska Spel.

2.6 Kritik av sekundärkällor

Vi har i största möjliga mån försökt behandlat så aktuella källor som möjligt men viss litteratur som belyser de olika teoridelarna i vårt arbete har skrivits för ett antal år sedan. De kan anses vara inaktuella, dock anser vi att tillförlitligheten

¹³ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 85, 99-100

¹⁴ Ibid., s. 297-299

och relevansen fortfarande är hög då dessa vid flertalet tillfällen omnämns i nyare litteratur och artiklar. Artikeln av Carroll är daterad 1991 men eftersom teorin även är omnämnd i 2007 års upplaga av kursboken Business Ethics ansåg vi att den teorin än idag är relevant och aktuell.

Som nämnts ovan är informationen kring Svenska Spel hämtad till stor del från deras årsredovisningar samt boken Rent Spel, även den utgiven av Svenska Spel. Eventuellt påverkar detta informationen vi tagit del av och använt genom att den kan vara vinklad till Svenska Spels fördel. Därför har vi i så stor mån som möjligt försökt finna andra källor som inte är så starkt kopplade till Svenska Spel.

3. Svenska Spel, beroendet och ansvaret

I detta kapitel görs en grundlig genomgång av Svenska Spel. Först kompletteras historiken från det inledande kapitlet med en mer detaljerad genomgång om historiken kring Svenska Spel. Därefter redogör vi för ansvarssituationen kring de människor som blir spelberoende. I kapitlet beskrivs även hur konkurrensen ser ut för Svenska Spel, vad kritikerna till Svenska Spel säger och vilka som blir spelberoende.

3.1 Historien om Svenska Spel

Svenska Spels historia har två grenar, Tipstjänst och Penninglotteriet. Dessa förenades 1997 genom en sammanslagning och blev AB Svenska Spel. Allt började genom försäljningen av den första Penninglotten redan år 1897.¹⁵ Själva bolaget som sålde penninglotten var under de nästkommande åren i privat ägo. Lotteriets överskott gav alltid till ändamål som valdes av regeringen. Bland ändamålen fanns Stockholms Stadion, Nordiska Museet med flera. År 1939 tog staten över Penninglotteriet som helägt lotteribolag och efter ett par år valde staten att låta överskottet tillfalla statskassan istället för de olika ändamålen.¹⁶

1934 växte den andre grenen fram då staten beviljade det privata bolaget Tipstjänst att starta sin verksamhet. Orsaken till detta var den ökande olagliga vadslagningen på idrotten som skedde i Sverige under 1920- och 1930-talet. De första åren betalades överskottet från spelen ut direkt till idrotten, men 1943 tog staten över samtliga aktier i bolaget och därmed bestämde staten via statskassan hur överskottet skulle fördelas. Dessa två grenar var nu i statens ägo och gick parallellt bredvid varandra tills sammanslagningen år 1997.

3.2 Svenska Spel

Svenska Spel är idag det ledande spelbolaget i Sverige med 56 procent av den totala marknaden.¹⁷ Koncernen Svenska Spel ägs till 100 procent av den svenska staten och omfattar verksamheterna inom moderbolaget AB Svenska Spel samt dotterbolagen Svenska Spel Fastighets AB, Casino Cosmopol AB med flera.¹⁸ Själva koncernen har cirka 1590 anställda men sysselsätter en rad människor runt om i landet som inte tillhör koncernen, bland annat ombuden som säljer Svenska Spels produkter.¹⁹ De spelmöjligheter som koncernen erbjuder är kasinospel, spel på Internet, via mobiltelefonen, hos ombud och spel i bingohallar med mera. År 2007 omsatte Svenska Spel nära 21,5 miljarder kronor och hade en vinst på över 5 miljarder.²⁰ Från denna summa ges först ett grundbelopp till

¹⁵ Svenska Spel Årsredovisning (2006) s. 3

¹⁶ <http://www.svenskaspel.se/pl.aspx?PageID=3697&menuid=8&parentid=4314&childid=457> 2008-04-08

¹⁷ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 9

¹⁸ AB Svenska Spel (2004) *Rent Spel*, s. 10

¹⁹ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 53

²⁰ *Ibid.*, s. 9

staten som sedan även ges 50 procent av den återstående delen. Den andra hälften fördelas så att Riksidrottsförbundet får 40 procent och Ungdomsstyrelsen får 10 procent.²¹

3.3 Paradoxen

Aldrig tidigare har Svenska Spel gjort så stor vinst som 2007, över 5 miljarder kronor. Aldrig tidigare har så många människor besökt de olika kasinona som finns i Malmö, Göteborg, Stockholm och Sundsvall. Ökad tillväxt för de ledande spelen Triss, Oddset och Lotto kan utläsas i Svenska Spels Årsredovisning från 2007. De fortsätter ta marknadsandelar på Internet och varumärket har vuxit i styrka under året enligt Svenska Spel.²² Totalt sett har 2007 varit ett rekordår för Svenska Spel men även för Sveriges befolkning. För aldrig tidigare har vi spelat så mycket som vi gör idag, av Sveriges befolkning i åldersintervallet 16-84 år har cirka 65 procent av befolkningen spelat det senaste året. Enligt statens folkhälsoinstitut har omkring 4 procent av dessa riskabla spelvanor vilket visar att 300 000 svenskar har problematiska spelvanor.²³ Totalt spelade vi svenskar för drygt 36 miljarder 2004 alltså runt 4000kr per person och år. Detta gör att Sverige ligger högt upp i jämförelse med andra länder.²⁴

Svenska Spel redogör i sin hållbarhetsredovisning från 2007 att deras viktigaste uppgift är att *"kanalisera det spelintresse som finns i Sverige på ett säkert och ansvarsfullt sätt. Detta innebär att bolaget kontinuerligt behöver utveckla utbud, distribution, marknadsföring och försäljning"*.²⁵ Vi anser att problematiken med Svenska Spels uttalande om att utveckla utbudet, distributionen, marknadsföringen och försäljningen är att den utvecklingen leder till ökat spelande hos konsumenter, vilket i sin tur leder till ett ökat antal konsumenter med ett spelberoende. Dessa spelare med ett beroende anser sig Svenska Spel inte ha ansvaret över, även fast de är en bidragande orsak till uppkomsten. Detta kommer senare i kapitlet att belysas mer djupgående.

3.4 Beroende eller inte?

Spelberoende eller spelmissbruk som det också kallas liknar på många sätt ett substansberoende (som exempelvis alkoholism) där spelaren använder spelet för att dämpa bland annat ångest men skapar ofta bara mer ångest. Följderna blir att spelaren börjar spela för högre summor för att dämpa sin ångest och istället få en kick. De spel som anses ge störst och snabbast kickar är spel som Jack Vegas och poker. Detta genom att tiden mellan insats och vinst ofta är relativt kort, dessa spel är även starkast sammankopplad med problematiskt spelande.²⁶ Till följd av de spelberoende som uppkommer så drabbas individen ofta av ekonomiska, sociala och emotionella och även ibland kriminella

²¹ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 18

²² Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 21

²³ http://www.fhi.se/templates/Page_____12675.aspx 2008-04-04

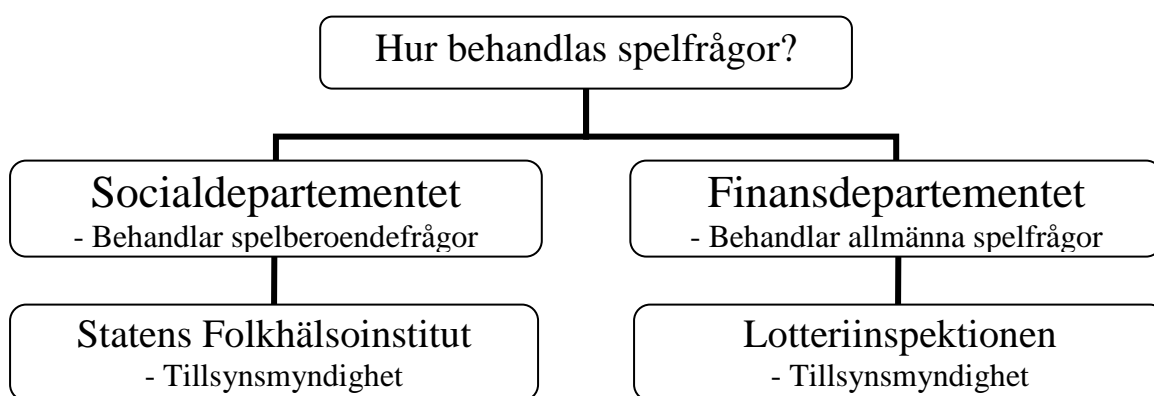
²⁴ <http://www.spelberoende.se/fakta.html> 2008-04-04

²⁵ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 40

²⁶ <http://www.spelberoende.se/fakta.html> 2008-04-04

konsekvenser. Detta påverkar inte bara individen som har ett beroende utan också omgivning såsom familj, vänner, arbetskamrater och andra närstående. Varför personer blir spelberoende beror till viss del av vad omgivningen lockar dem med som till exempel genom Svenska Spels marknadsföring och produkter.²⁷ Därför har Svenska Spel ansvaret för en del av spelberoendets problematik. Deras åtgärder för att identifiera och hjälpa personer som har ett spelberoende ter sig olika för de olika produkter som Svenska Spel erbjuder. Kasinoverksamheten som bedrivs i Malmö, Göteborg, Stockholm och Sundsvall erbjuder möjligheten till frivillig avstängning och besöksbegränsning.²⁸ Vidare menar Svenska Spel att de arbetar proaktivt på deras kasinon, det vill säga att personalen på kasinona tar kontakt med spelare som visar tecken på att de mår dåligt av sitt spelande.²⁹

3.5 Vem har ansvaret?



Figur 1. Egen konstruerad modell av hur spelfrågor behandlas i regeringen

Ansvaret rörande allmänna spelfrågor inom regeringen ligger på Finansdepartementet, medan Lotteriinspektionen agerar tillsynsmyndighet runt dessa frågor. Angående spelberoendefrågor ligger ansvaret däremot på Socialdepartementet där en stor del inom det området hanteras av den underliggande myndigheten Statens Folkhälsoinstitut. Socialdepartementet har dock ingen vetorätt kring beslut rörande allmänna spelfrågor utan kan enbart framföra sin ståndpunkt i de olika frågorna till Finansdepartementet.³⁰

Svenska Spel anser att de redan från starten av Tipstjänstverksamheten 1934 har tagit sitt sociala ansvar. De har sedan 1993 arbetat med olika program för ansvarsfullt spelande och styrelsen antog 2004 en policy och utvecklade ett handlingsprogram som man nu följer.³¹ Svenska Spels syn på ansvaret kring

²⁷ <http://www.spelberoende.se/fakta.html> 2008-04-04

²⁸ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 42

²⁹ Ibid., s. 42

³⁰ Riksrevisionen (2004) *Regeringens förvaltning och styrning av sex statliga bolag*, s. 43 ff

³¹ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 2

ansvarsfrågan är att de som Sveriges spelmarknads största aktör har ett ansvar för hela branschen. Konsumenterna skall känna sig trygga och säkra när de använder Svenska Spels produkter och bolaget skall även förebygga uppkomsten av problem genom att informera om negativa sidor kring deras produkter.³² Informationen skall leda till att så många som möjligt av kunderna skall känna till deras ansvarsprogram.³³ I Svenska Spels årsredovisning från 2005 redogör före detta VD:n Jesper Kärrbrink för Svenska Spels ansvar;

”Svenska Spel har ett tydligt samhällsuppdrag – vilket för oss innebär att bedriva en affärsmässig verksamhet men med ett ansvarstagande som medför att vi inte vinstmaximerar vår verksamhet fullt ut. Exempel där vi låter ansvarstagandet gå före vinst är bland annat i samband med vår spelutveckling där vi bygger in ekonomiska begränsningar i spelen”.

Svenska Spel anser sig dock inte ha något ansvar att tillhandahålla eller finansiera vård av personer som blivit spelberoende.³⁴ De menar att det är andra aktörer såsom Statens Folkhälsoinstitut, Spelberoendes Riksförbund och kommunernas socialtjänst som har det ansvaret och Svenska Spels enda uppgift är att ta spelansvaret genom att arbeta med förebyggande åtgärder, information och utbildning.³⁵ I Kritik från Spelberoendes Riksförbund menar de att även fast staten och Svenska Spel tjänar flera miljarder varje år så satsas det inte speciellt mycket på att stödja och hjälpa de som drabbas av spelberoende eller deras anhöriga.³⁶

3.6 Svenskaspel.se och kritiken

På Svenskaspel.se finns en mängd olika spel att tillgå, dygnet runt och året om. I rapporten Svenska Spel i Samhället (2006) berättade Svenska Spel om sin senaste storsatsning, poker på Internet. De är det första statliga bolag i världen med tillstånd om att bedriva poker.³⁷ Svenska Spel anser sig ha en unik produkt jämfört med sina utländska konkurrenter genom att deras pokerprodukt innehåller såväl beloppsbegränsningar, spelbudget och inbyggda uppehåll i spelet.³⁸ För att kunna spela poker på Svenskaspel.se krävs det att konsumenten är myndig och har ett personligt spelkort. När detta har kontrollerats går det att börja spela, men som nyregistrerad måste kunden vid första inloggning fylla i obligatoriska uppgifter om sin spelbudget, hur mycket pengar de är beredd att kunna förlora per dag, vecka och månad. Även hur mycket tid per dag, vecka och månad kunden är villig att spendera bestäms innan spelet kan börja. Finessen

³² http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 3 2008-04-08

³³ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 15

³⁴ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 3 2008-04-08

³⁵ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 40

³⁶ <http://www.spelberoende.se/fakta.html> 2008-04-04

³⁷ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 9 2008-04-08

³⁸ Ibid., s. 7 2008-04-08

med detta menar Svenska Spel är att kunden själv får bestämma och själva begränsa sig innan denne fastnar i spelets hets.³⁹

Svenska Spels entré på Internetpokermarknaden möttes av blandade känslor från de utländska konkurrenterna. Thord Norberg på 24 h Poker hoppades på att få draghjälp av Svenska Spel;

*"De kommer att attrahera nya spelare som inte spelat poker tidigare, utan spelar på odds och annat. Det är en trogen skara och inte direkt den målgruppen vi riktar oss mot annars"*⁴⁰

Douglas Roos, vd för Ladbrokes i Norden välkomnade Svenska Spels pokersatsning och säger följande om situationen;

*"Det är kommersiellt positivt för oss. Nu får vi då Sveriges mest aggressiva reklamköpare som draglok"*⁴¹

Ett av de mest upprörande och diskuterade besluten som tagits rörande Svenska Spel är just när de fick tillåtelse av Regeringen 2005 att arrangera poker på Internet. Kritiker till Svenska Spel och staten menar att de genom legaliseringen av denna nya spelform som med sin lättillgänglighet och svårkontrollerade form kommer att öka spelandet och därmed även spelberoendet. Detta genom att nya konsumenter blir nyfikna på denna produkt med snabba vinstmöjligheter, men även att kontrollerna av spelarnas ålder är väldigt problematisk. Svenska Spel garanterar att åldersgränserna hålls genom det spelkort som konsumenten erhåller när de registrerar sig hos Svenska Spel.⁴²

3.7 Den reglerade marknaden

Sverige liksom samtliga europeiska länder har en reglerad marknad när det gäller spel, dock finns ingen gemensam reglering. Det medför att marknaden inte är fri utan styrs av speciella bestämmelser som därmed styr marknadsvillkoren. Bestämmelserna omfattar bland annat tillstånden för spel, marknadsföringen och vinstfördelningen. Genom uppkomsten och utvecklingen av Internet har oreglerade utländska aktörer getts möjlighet att verka på den svenska spelmarknaden. Det svenska monopolet finns kvar men börjar brytas ner och bli svagare. En avreglering skulle enligt Svenska Spel innebära högre återbetalning till spelarna, kraftigt ökat utbud och valfrihet att välja spelbolag, spelform och distributionsform. De menar att de då ökade utbud av snabba spelformer och en hårdare konkurrens skulle leda till en ökad risk för spelberoende hos konsumenterna.⁴³

³⁹ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf, s. 9 2008-04-08

⁴⁰ http://www.e24.se/samhallsekonomi/artikel_56197.e24 2008-04-08

⁴¹ Ibid., 2008-04-08

⁴² Ibid., 2008-04-08

⁴³ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 21 2008-04-08

Regeringen menar att varför svenska spelmonopolet fortfarande existerar är för att det skall reducera och begränsa spelberoendet hos det svenska folket.⁴⁴ Men tar staten sitt ansvar när man t ex endast avsätter 34 miljoner kronor per år till spelansvar av de cirka 3,75 miljarderna man årligen får in till statskassan från Svenska Spel?⁴⁵

3.8 Konkurrenten

Fastän Svenska Spel befinner sig i en monopolisk ställning på den svenska spelmarkanden kan de inte kontrollera spelandet över Internet. Detta gör att konsumenterna spela över Internet hos vilket utländskt bolag som helst. Det har blivit vanligare att de svenska spelarna använder utländska aktörer som komplement eller ersättning till Svenska Spels produkter. Det finns hundratals internationella aktörer ute på Internet som dygnet runt erbjuder sina produkter till de svenska spelarna. Några av de största aktörerna är Ladbrokes, Unibet, Expekt, Betsson och Betway. Illegala aktörer som erbjuder spel till svenskar ses även som en konkurrent till Svenska Spel. Lotteriinspektionens uppfattning om de svarta spelautomaterna är att de omsatte minst tre miljarder kronor under 2004.⁴⁶ Svenska Spel anser att deras konkurrenter vill gynna sina ägare i så stor utsträckning som möjligt genom vinstmaximering. Svenska Spel vill också att deras ägare det vill säga det svenska folket skall tjäna på deras verksamhet. Men inte enbart i direkta kronor utan också genom att ta ansvar för att den verksamhet som de bedriver även är ansvarsfull och etisk korrekt. Svenska Spel anser att detta är en viktigare vinst för samhället.⁴⁷

⁴⁴ <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=147&a=477921> 2008-04-16

⁴⁵ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 49

⁴⁶ AB Svenska Spel (2004) *Rent spel*, s. 79

⁴⁷ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 15

4. Teori och policy

I detta kapitel redogör vi för de teorier som använts när vi genomfört vår empiriska studie och varför dessa har valts. Teorierna kommer sedan att ligga till grund för vår analys.

4.1 Inledning

För att undersöka i vilken utsträckning Svenska Spel tar sitt sociala ansvar ansåg vi det nödvändigt att använda olika teoriområden för att kunna få en övergripande bild av hur Svenska Spel agerar inom de områdena som vi anser borgar för ett tillfredställande socialt ansvarstagande. Svensk Spels ansvarssyn är grunden till deras sociala ansvarstagande. Där skapas regler och policys för hur det sociala ansvaret i organisationen skall se ut och verka. De följande teordelarna visar viktiga delar i ett bra socialt ansvarstagande samt teorier inom områdena kommunikation, information och marknadsföring. Dessa områden anser vi vara viktiga att ha i åtanke när organisationer som Svenska Spel skall försöka ta ett bra socialt ansvar.



Figur 2. Egen konstruerad teorimodell

4.2 Val av teorier

Den första delen av våra fem avsnitt är inget teoriavsnitt utan redogör istället för hur Svenska Spel är uppbyggt för att ta sitt sociala ansvar samt hur de anser sig agera i olika frågor gällande socialt ansvar. Del två i teoriavsnittet behandlar betydelsen av Corporate Social Responsibility (CSR) och olika teorier rörande CSR. Under senare år har socialt ansvar blivit mer och mer uppmärksammat och en allt väsentligare del i organisationers affärsstrategier.⁴⁸ Svenska Spel som statligt ägt företag förmedlar att socialt ansvar är högt prioriterat i deras verksamhet och vi vill därför belysa om så är fallet utifrån de CSR-teorier vi presenterar i detta avsnitt.

Svenska Spel menar att det inte är lönsamhet som är det viktigaste och att de inte sysslar med *”aggressiv marknadsföring likt sina konkurrenter”*, detta gjorde att vi valde bort en rad marknadsföringsteorier.⁴⁹ Vi valde istället att lyfta fram teorier som behandlar kommunikation och information gentemot organisationers intressenter. Detta för att belysa hur Svenska Spel väljer att kommunicera och informera om dels sina produkter och dels om farorna med spelandet samt vilka instruktioner som ombuden får från organisationen. Svenska Spel sponsrar varje år idrottsrörelsen genom att ge nära halva vinsten till dem. Därför handlar den femte delen i teorin om just sponsring men även om vilka riktlinjer Svenska Spel har för sin marknadsföring.

4.3 Svenska Spels ansvarssyn

4.3.1 Uppbyggnaden inom Svenska Spel

Inom koncernen Svenska Spel är det sektionen Samhälle som har det övergripande spelansvaret. Sektionen driver, följer upp, utvecklar och analyserar företagets spelansvar och det interna arbetet tillsammans med ett spelansvarsråd. Genom ett speciellt handlingsprogram som Svenska Spel implementerat i varje enskilt affärsområde i organisationen anser de att spelansvaret genomsyrar hela företaget. Handlingsprogrammet innebär bland annat att de väljer bort spel som enligt forskning kan uppmuntra till ett överdrivet spelande. Svenska Spel anser sig erbjuda unika verktyg till konsumenter för att hjälpa dem att hålla sig inom förnuftigt spelande. Hjälperktygen är interaktiva självtestet där spelare själva kan undersöka om de ligger i farozonen för osunt spelande samt möjligheter till självbegränsningar gällande tid och pengar.⁵⁰ Utbildningar i spelansvar ges till Svenska Spels ombud där 41 procent hittills har genomgått utbildningen. Ombuden är skyldiga att be köpare av Svenska Spels produkter om legitimation så att inga minderåriga ges möjlighet att spela. Detta kontrolleras av externa företag för Svenska Spels räkning och ifall ombudet säljer till minderåriga varnas ombudet och efter ytterliggare tre varningar stängs ombudet av under en begränsad tid. Kreditspel hos ombudet är förbjudet och

⁴⁸ Podnar (2008) *Communicating Corporate Social Responsibility*, s. 75

⁴⁹ Svenska Spel Årsredovisning (2007) s. 15

⁵⁰ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 3 2008-04-08

avtalet mellan ombudet och Svenska Spel sägs upp omedelbart om detta upptäcks.

Åldergränser är en viktig spelansvarsfråga anser Svenska Spel och har därför från 1 februari 2007 infört en åldergräns på 18 år för samtliga spel utom lotter. Detta på grund av att Svenska Spel anser att lotter som säljs i butik är marknads mest ofarliga produkt. Ett nationellt stödlinjenummer finns tryckt på samtliga lotter, spelkuponger och kvitton. Detta nummer finns även på Svenska Spels kasinon, Svenskaspel.se, och restauranger som har Svenska Spels produkter. Numret är till för att hjälpa de som mår dåligt av spelandet. Störst andel samtal som behandlades av denna stödlinje 2006 handlade om spelproblematik kring Jack Vegas-spelande och poker på Internet.⁵¹

Svenska Spel deltar en rad olika samarbeten rörande spelansvar exempelvis i European Lottery där frågor rörande spelansvarsfrågor diskuteras och analyseras. På nationell nivå medverkar Svenska Spel i Oberoende Spelsamverkan (OSS) där bland annat även Lotteriinspektionen och Spelberoendes Riksförbund deltar. Stöd åt forskning kring spel ges till European Association for the Study of Gambling och Svenska Spel blev under 2005 även medlem i Corporate Social Responsibility Sweden. Det är ett nätverk av företag med bland andra Saab, McDonalds och Posten AB där de fokuserar på att utveckla samhället genom frivilligt samhällsengagemang och ansvar.⁵²

4.3.2 Ansvar före vinst

Eftersom konkurrensen tättnar och spelen blir allt mer lika varandra avgör istället andra faktorer som associeras med spelbolagen. Svenska Spel försöker därför fortsätta stärka sitt varumärke samt behålla det som bolaget vill bli förknippat med; ansvar, spelglädje och återbäring. För att förstärka de positiva attityderna hos kunderna och svenska folket ytterligare tänker Svenska Spel anstränga sig med att effektivisera marknadskommunikationen. Genom att arbeta förebyggande med ansvarsåtgärder anser Svenska Spel att de avsevärt kan minska spelrelaterade problem i samhället. Att minimera de negativa konsekvenser som kan uppkomma genom oaktsamt spelande anser Svenska Spel vara sin viktigaste uppgift, därför utvecklar de ständigt nya hjälpverktyg samt informerar spelarna hur de bättre kan använda Svenska Spels produkter. Eftersom ansvarsprogrammen är en sådan fundamental del av Svenska Spels affärsverksamhet är det väsentligt för bolaget att så många kunder som möjligt känner till deras ansvarsprogram. I framtiden förväntas därför ansvarsprogrammet vara väl framträdande i deras varumärkeskommunikation. Ansvaret och det etiska perspektivet i företagsverksamheten hos Svenska Spel anser de själva är viktigare än vinst, även då en stor del av vinsten återfaller till samhället.⁵³

⁵¹ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 7 2008-04-08

⁵² <http://www.csrsweden.se/se/medlemmar/> 2008-04-15

⁵³ Svenska Spel Årsredovisningen (2007) s. 15

4.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

4.4.1 Vad är Corporate Social Responsibility?

Akademiker inom ämnena ekonomi och samhällsvetenskap har under hela 1900-talet ifrågasatt om socialt ansvar är något företagsverksamheten skall ta hänsyn till. Först i slutet av 1960-talet börjades det skrivas om den makt organisationer har för samhällets utveckling och att organisationerna inte tog något som helst ansvar för de negativa konsekvenserna de ofta medförde. Medvetenheten berodde mycket på uppdagandet av produkter som inte ansågs säkra nog för allmänheten samt ett flertal hänsynslösa företagsbeslut. Företagen insåg att för att upprätthålla uthållig vinst måste mer uppmärksamhet ägnas åt förhållandet mellan organisationer och samhället.⁵⁴

En vedertagen och accepterad uppfattning om vad Corporate Social Responsibility står för saknas vilket medfört en viss förvirring. Definitionen vi använt oss av återfinns tidigare i studien (Definition 1.6).

4.4.2 Varför Corporate Social Responsibility?

I och med att Corporate Social Responsibility (CSR) berör komplexa problem gällande relationen mellan företaget och samhället kan ett lyckat socialt ansvarstagande främja båda organisationens och samhällets utveckling. Studier har visat att CSR är bra för ett företags rykte och det anses vara ett starkt konkurrensmedel. Att vara skickligare på att ta socialt ansvar än sina konkurrenter ger företaget en fördel då deras intressenter anser företaget som mer ansvarstagande och respektabel.⁵⁵

Då ett företag är socialt ansvarsfullt anses det bli belönat med flera tillfredställda kunder och attrahera sig fler arbetssökande. Corporate Social Responsibility har blivit allt viktigare i Svenska Spel affärsstrategi där reklamen att "spela lagom", bytet av ordförande och VD:n Jesper Kärrbrinks avhopp är bevis på detta. Kritik till att ta ett ökat socialt ansvar har kommit från en dansk studie från 2008. Forskarna visar där att konsumenterna kan uppfatta att ökat socialt ansvar, inom ett företag och kring dess produkter, innebär att kvalitén på produkterna blir lidande. Detta leder i sin tur till att dessa konsumenterna söker sig till andra företag med liknande produkter men som inte tar lika stort socialt ansvar.⁵⁶

4.4.3 Intressentteorin

En viktig teori för ökad förståelse om Corporate Social Responsibility och vilka det påverkar är intressentteorin och dess modell.⁵⁷ Intressentteorin handlar om att företaget ska styras med intressenterna i åtanke.⁵⁸ Intressentmodellen innefattar de individer och organisationer ett företag blir påverkat av och

⁵⁴ Mbare (2004) *Corporate social responsibility theory and framework in contemporary*, s. 3

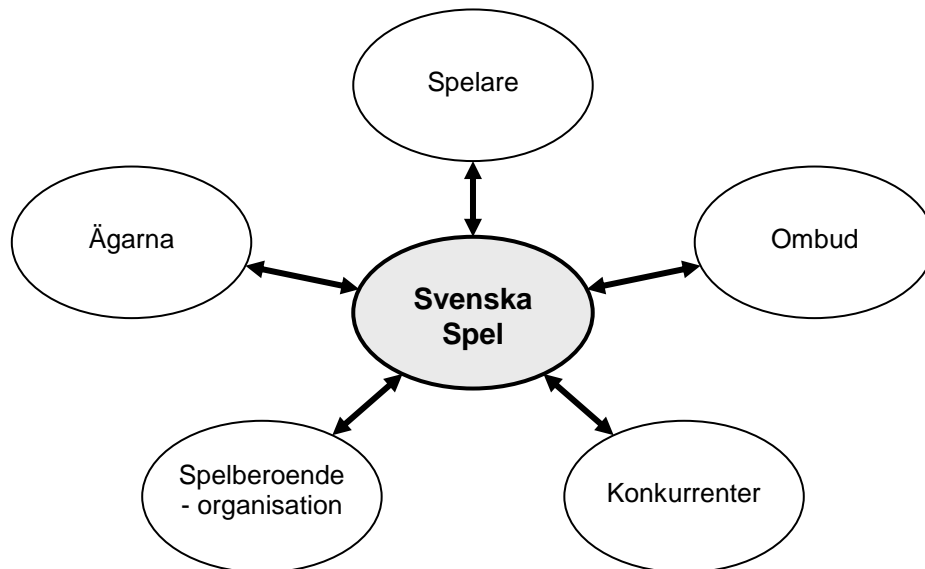
⁵⁵ Ibid., s. 10

⁵⁶ Morsing et al., (2007) *The "Catch 22" of communicating CSR*, s. 97

⁵⁷ Mbare (2004) *Corporate social responsibility theory and framework in contemporary*, s. 20

⁵⁸ Bruzelius (2004) *Integrerad organisationslära*, s. 73

påverkar, genom hur företaget agerar. Företagets beslut och agerande påverkar direkt eller indirekt en rad olika människor och det är därför av vikt att ta ett tillfredställande socialt ansvar.⁵⁹



Figur 3. Egen Intressentmodell applicerad på Svenska Spel

Inom intressentteorin förekommer det två principer över hur företaget ska ta ansvar, den första principen är att inte kränka individens rättigheter och den andra principen är att ta ansvar för effekterna skapade genom företagets beteende.⁶⁰ De primära intressenter som nämns i teorin är de anställda, ägarna, konsumenterna, leverantörerna, konkurrenterna och återförsäljarna. Att värna om de anställdas hälsa och arbetsvillkor hör till det huvudsakliga åtagandet i intressentteorin men även att kunna ge en avkastning till ägarna samt erbjuda säkra produkter till konsumenten och ge något tillbaka till samhället är viktiga delar i teorin.

Det finns tre former av intressentteori, dessa är uppdelade i normativ-, deskriptiv- och instrumental intresseteori.⁶¹ Eftersom vårt syfte att undersöka om Svenska Spel faktiskt tar sitt sociala ansvar är enbart deskriptiva intressentteorin intressant. Alla delar är dock viktiga att hålla i bakhuvudet då en organisations sociala ansvar undersöks.

- Normativa intressentteorin försöker ge anledning till varför företaget *ska* ta hänsyn till intressenterna när beslut ska fattas.
- Deskriptiva intressentteorin försöker se om och hur företaget *faktiskt tar* hänsyn till intressenterna.

⁵⁹ Mbare (2004) *Corporate social responsibility theory and framework in contemporary*, s. 20

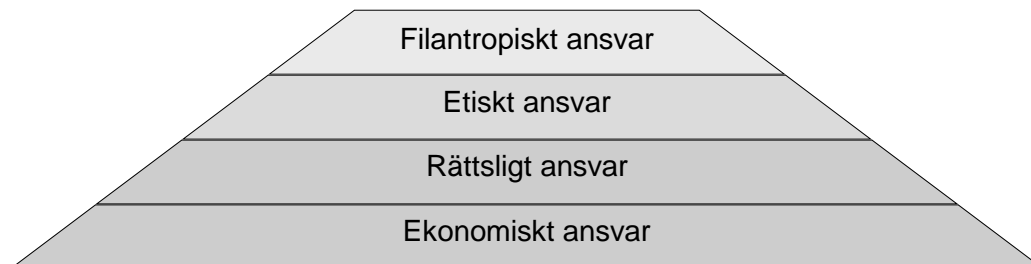
⁶⁰ Crane & Matten (2007) *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*, s. 57 f

⁶¹ *Ibid.*, s. 63

- Instrumentala intressentteorin försöker svara på om det faktiskt *lönar sig* för företaget att ta hänsyn till intressenterna.

4.4.4 Carrolls CSR-pyramid

För att lättare kunna se vilka delar som utgör CSR som helhet underlättar det att titta på Carrolls Pyramid (1991). Pyramiden är uppbyggd av alla delar av ansvar som ett företag omfattas av, det vill säga; ekonomiskt, rättsligt, etiskt och filantropiskt ansvar.⁶²



Figur 4. Carrolls pyramid (1991) "Corporate Social Responsibility"⁶³

Grunden i pyramiden utgörs av det ekonomiska ansvaret, vilket är ett ansvar som konsumenterna kräver att företaget skall ta. Företagsverksamheten har historiskt sett alltid varit grundad på att förse samhället med produkter där det huvudsakliga syftet var att göra vinst. Från att företagsverksamheten skapade något som konsumenterna hade behov av och i processen samtidigt göra en acceptabel vinst ändrades efter en tid affärsmotivet till att få ut maximal vinst för företaget.⁶⁴

Utöver det ekonomiska ansvaret kräver även konsumenterna att företaget ska bedriva sin verksamhet inom lagens ramar, att ha ett rättsligt ansvar, det vill säga att företaget inte överskrider lagar och regleringar stiftade i landet där de verkar.⁶⁵ Produkter som företagen förser konsumenter med måste därför noggrant kontrolleras innan de når ut till marknaden så att de i alla fall bemöter de minsta rättsliga kravet inom lagens ramar.⁶⁶

Även om ekonomiskt och rättsligt ansvar omfattar vissa etiska normer kring ärlighet och rättvisa finns det ett särskilt etiskt ansvarsområde. Detta särskilda etiska ansvarsområde kretsar kring de aktiviteter som samhället förväntar sig att företaget bör eller inte bör göra även då det inte är lagstiftat.⁶⁷ Detta ansvar involverar de förväntningar kring huruvida företaget är rättvist mot dess

⁶² Carroll (1991) *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, s. 40

⁶³ Ibid., s. 42

⁶⁴ Ibid., s. 40

⁶⁵ Crane & Matten (2007) *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*, s. 63

⁶⁶ Carroll (1991) *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, s. 40

⁶⁷ Crane & Matten (2007) *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*, s.50

konsumenter, anställda, aktieägarna och samhället i helhet.⁶⁸ De etiska normerna är föregångare till de stadgade lagarna, detta i och med att de förändrade etiska normerna är det som i sin tur leder till stiftandet av nya lagar. Ett annat sätt att se på det etiska ansvarsområdet är att nya etiska normer kan skapas av samhället som sträcker sig över vad som förväntas rent lagligt, men som ändå förväntas följas av företagen.

Högst upp i pyramiden finner vi det filantropiska ansvaret. Ordet filantropisk härstammar från grekiskan och betyder "kärleken till människan"⁶⁹. Det filantropiska ansvaret kretsar kring att främja välfärden. Skillnaden mellan det etiska och det filantropiska ansvaret är att det filantropiska ansvaret inte förväntas tas av företaget, även om det är önskvärt av samhället att företaget gör det. Även om företaget inte skänker pengar eller på annat sätt är involverat i någon form av välgörande ändamål tycker inte samhället företaget är oetiskt för det. Det filantropiska ansvaret är både önskat och prisat men det är ändå mindre viktigt än de övriga tre ansvarsområdena då det bara är en önskvärd faktor och inte ett måste.⁷⁰ Det är det filantropiska ansvaret som intresserar oss när det gäller Svenska Spels årliga utdelning till staten och Idrottsförbundet.

4.4.5 Företagsteorin

Företag producerar varor, tjänster, ger människor jobb och betalar skatt till staten. De spelar en stor roll i uppbyggnaden av samhällets ekonomi och för hela landet som sådant. Under den industriella eran uppkom många stora företag och ur dessa uppkom i sin tur många sociala problem, inte minst miljöförstöring och barnarbete. Trots de sociala problemen som uppstod var de flesta ekonomerna ointresserade att åtgärda dessa. Många av de ansvariga ansåg helt enkelt att de negativa effekterna var priset samhället fick betala för den nytta som affärsverksamheten medförde.⁷¹

Det finns två skolor som tar upp problemet att vinst väljs före ansvar. Både den katolska och den lutheranska skolan anser att när en ekonomisk marknad strävar efter att maximera den egna vinsten måste det förmedlas att även andras intressen som berörs kring verksamheten måste tas hänsyn till.⁷² Genom Svenska Spels nya storsatsning på ett mer återhållsamt spelande med sin "Spela lagom"-kampanj visar Svenska Spel att de anser att ansvar går före vinst.

⁶⁸ Carroll (1991) *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, s. 40

⁶⁹ Crane & Matten (2007) *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*, s. 50

⁷⁰ Carroll (1991) *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, s. 42

⁷¹ Mbare (2004) *Corporate social responsibility theory and framework in contemporary*, s. 20 ff

⁷² *Ibid.*, s. 18 f

4.5 Kommunikation

4.5.1 Vad är kommunikation?

Kommunikation är ett väldigt brett begrepp och innebörden av ordet kan te sig olika för olika individer. Enligt Larsson (2001) kan kommunikation beskrivas som en process för individers kontakt med varandra och kan uttryckas i två former. Kontaktprocessen kan vara linjär och relativt mekanisk där människa A (sändaren) skickar olika signaler till människa B (mottagaren) i form av budskap, attityder och känslor (se figur 5). Den andra formen är något nyare och här finns varken sändare eller mottagare utan interaktion råder mellan de olika deltagarna. Kommunikationen blir på detta sätt inte linjär utan cirkelformad eller spiralformad.⁷³

Organisationer som Svenska Spel har ofta en intern och extern kommunikationsverksamhet. Inom dessa verksamheter sker både formell och informell kommunikation. Vårt syfte med uppsatsen är att undersöka och analysera i vilken utsträckning Svenska Spel tar sitt sociala ansvar och vad intressenterna runt Svenska Spel anser om organisationens ansvarstagande. Därför finner vi det relevant att i teoridelen enbart belysa den externa delen i kommunikationen inom Svenska Spels organisation och därmed bortse från den interna delen och dess teorier. Den interna kommunikationen har framställts i början av teorikapitlet och kommer inte undersöks empiriskt på grund av att insynsmöjligheterna i den interna kommunikationen är väldigt begränsade, subjektiva och dessutom mycket svåra att få access till.

	Intern	Extern
Formell	Mål och policy Regler och riktlinjer Producerad information (möten och info material)	Producerad information Relationsaktiviteter Interorganisatorisk kontakt Presskontakter
Informell	Samtal och diskussion Spontana gruppmöten Rykten etc.	Informella avtal Spontana möten externt Informella mediekontakter

Figur 5. Modifierad modell av intern och extern kommunikation⁷⁴

4.5.2 Externa kommunikationens uppdelning

I den externa kommunikationsverksamheten inom organisationer likt Svenska Spel brukar det finnas två typer av kommunikationskanaler, *publika relationer* och *marknadskommunikationer*. Publika relationer har en rad olika definitioner, vi har valt att definiera vår syn på publika relationer efter forskarna Grunig & Hunt och The Institute of Public Relations (brittiska yrkesföreningen) uppfattningar;

⁷³ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, s. 26

⁷⁴ Ibid., s. 67

*"The management of communication between an organization and its publics"*⁷⁵

*"PR is about reputation – the result of what you do, what you say and what others say about you"*⁷⁶

Marknadskommunikation i sin tur jämförs ibland med marknadsföring i definitionssammanhang, dock finns skillnader eftersom marknadsföring är ett vidare begrepp där även prissättning, produktutveckling och organisatoriska förbättringar är delar av marknadsföringen. Mårtensson definierar marknadskommunikation på ett för oss tillfredställande sätt;

*"Marknadskommunikation är aktiviteter som företag engagerar sig i för att på något sätt påverka marknaden att indirekt eller direkt köpa mer av företagets produkter eller tjänster"*⁷⁷

Vad organisationen vill uppnå med de två olika kommunikationskanalerna är olika. Publika relationer (PR) används inte direkt för att öka organisationens försäljning utan istället försöka skapa goda relationer och öppna upp informationskanaler mellan intressenterna och organisationen. En organisations marknadskommunikation försöker istället indirekt eller direkt att påverka marknaden att konsumera företagets tjänster och/eller produkter.⁷⁸

Vi har valt att karlägga båda den externa kommunikationsverksamheten och informationsverksamheten eftersom vi anser att Svenska Spel använder sig av båda kanalerna och att dessa tenderar att överlappa varandra. Ett exempel är Svenska Spels marknadsföring just nu som avser att man som konsument skall "spela lagom". Detta är en typ av PR, anser vi, för att Svenska Spel informerar om något som inte gynnar dem själva genom att vi indirekt uppmanas att inte konsumera deras produkter för mycket och genom det skapa goda relationer med sina intressenter. Dock kan det även ses som en marknadskommunikationsaktion där de vill visa att de tar sitt sociala ansvar och genom detta vinna konsumenternas förtroende vilket förhoppningsvis leder till ökat spelande hos Svenska Spel.

4.5.3 Kommunikationsmodellen

En av kommunikationsforskningens fäder, Harold Lasswell myntade uttrycken; Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect? Med dessa frågor som grund skapades sedan en kommunikativ basmodell av Claude Shannon & Warren Weaver. Enligt basmodellen sker en kommunikationsprocess genom att en sändare skickar iväg ett budskap till en eller flera mottagare genom

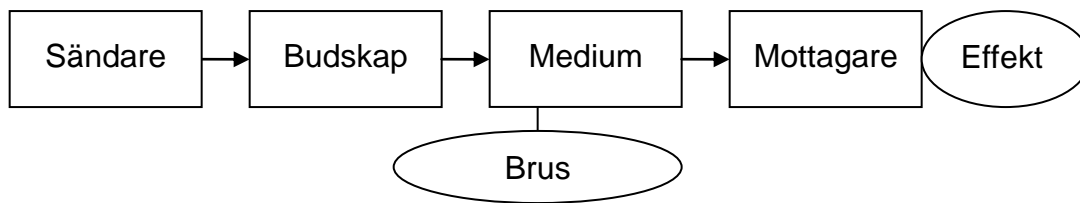
⁷⁵ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, s. 28

⁷⁶ Ibid., s. 29

⁷⁷ Mårtensson (1994) *Marknadskommunikation*, s. 30

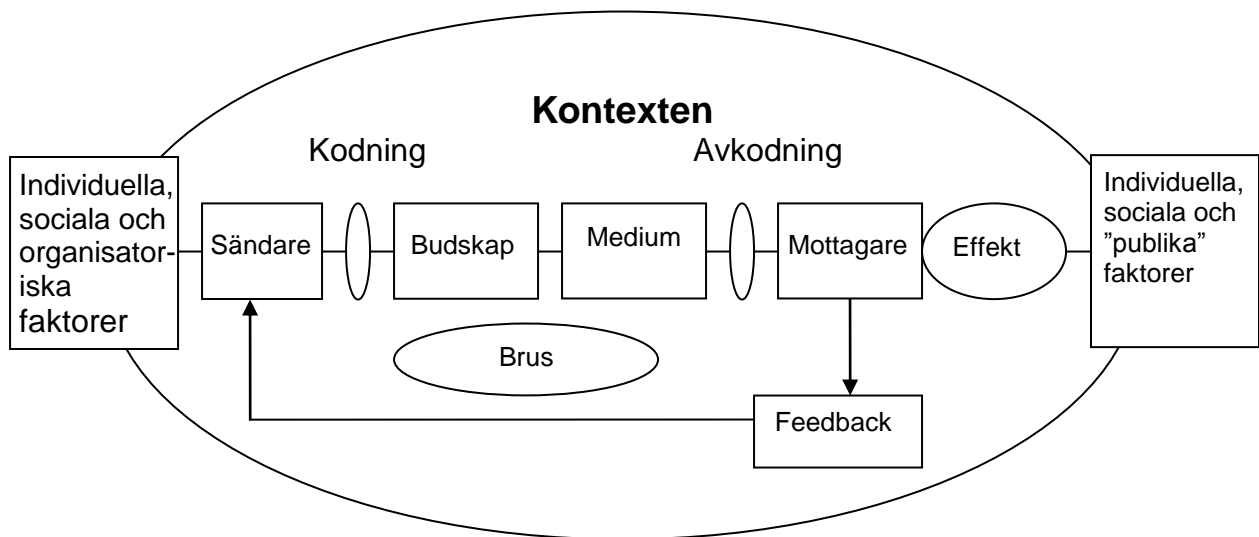
⁷⁸ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, s. 30

ett medium (tv, tidningar, Internet med mera) i detta medium kan det finnas ett brus som stör budskapet och kan göra så att mottagaren inte uppfattar budskapet i sin korrekta mening. Mottagaren tar dock emot budskapet och därefter sker effekten av själva budskapet.⁷⁹



Figur 6. Basmodellen i grundversion⁸⁰

Den enkla basmodellen ovan har senare utvecklats av forskare och tillfört nya begrepp såsom kodning, avkodning, kontext och bakomliggande faktorer hos sändare och mottagare. Alla dessa nya begrepp påverkar vad som sägs, hur det sägs, vad som uppfattas och varför det sägs i kommunikationen mellan sändaren och mottagare.



Figur 7. Utveckling av basmodellen i sitt kontextuella sammanhang⁸¹

I den utvecklade modellen visas på att bruset egentligen uppträder i hela processen och att en återföringsprocess finns där mottagaren svarar sändaren. Begreppen kodning och avkodning har tillkommit och dess betydelse är att den mening som sändaren lägger in i budskapet kanske inte tolkas på samma sätt som var menat då avkodningen helt görs av mottagaren.⁸² Faktorer som

⁷⁹ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, s. 39

⁸⁰ *Ibid.*, s. 39

⁸¹ *Ibid.*, s. 41

⁸² *Ibid.*, s. 40

påverkar sändare och mottagare externt har också lyfts in. För sändarens del gäller det bland annat individuella bakgrundsfaktorer, självuppfattning och den sociala omgivningen i organisationen. Mottagarens roll har blivit mer likt en medlem i en publik och "trycket" från mediet och budskapet påverkar i en allt större grad. Detta är tydligt i dagens samhälle då människor allt mer utsätts för ökade påtryckningar från reklam och kvällstidningar. Kontexten syftar på i vilket sammanhang som kommunikationen sker och att även detta påverkar kommunikationen.⁸³

4.6 Information

4.6.1 Publika Relationer (PR)

Publika relationer är en viktig del i en organisations informationsverksamhet. Företag använder sig av publika relationer för att skapa och bibehålla kontakten med olika intressenter samt att informera dessa om t ex vilket socialt ansvar organisationen tar. Forskningen som tidigare gjorts inom området har hämtat teorier från relationsproblematiken inom individforskningen och applicerat dem på interaktionen mellan organisationer och dess intressenter. Centrala delar i den relation som organisationen försöker bygga upp med sina intressenter skall vara förtroende, öppenhet, involvering och ömsesidigt intresse.⁸⁴

4.6.2 PR-modeller

Det finns en rad olika PR-modeller, den mest kända och använda modellen enligt Larsson (2001) framställdes av forskarna Grunig och Hunt. Den består av fyra olika modeller som presenterar varianter av PR-verksamhet som en organisation kan använda sig av.⁸⁵

Kännetecken	Publicitets-modellen	Informations-modellen	Asymmetrisk tvåvägsmodell	Symmetrisk tvåvägsmodell
Ändamål	Propaganda	Spridning av information	"Vetenskaplig" övertalning	Ömsesid förståelse
Typ av kommunikation	Envägs, inget sanningskrav	Envägs, sanning viktigt	Tvåvägs, obalanserad	Tvåvägs, balanserad
Kommunikation modell	Sändare ↓ Mottagare	Sändare ↓ Mottagare	Sändare ↓↑ Mottagare	Grupp ↓↑ Grupp

Figur 8. Förkortad version av Grunig & Hunts fyra PR-modeller⁸⁶

⁸³ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap* s. 40

⁸⁴ Ibid., s. 34

⁸⁵ Ibid., s. 46

⁸⁶ Ibid., s. 47

Den första kolumnen i modellen är publicitetsmodellen, den används i rent propagerande syfte i försök att påverka mottagaren istället för att informera. Det finns inget sanningskrav på de budskap som organisationen sänder iväg.⁸⁷ Informationsmodellen som återfinns i kolumn två används istället av organisationer för att sprida, påverka och informera mottagarna om organisationen och inte enbart påverka som i publicitetsmodellen. Den asymmetriska tvåvägsmodellen i kolumn tre användes på liknande sätt som de två förstnämnda, dock försöker organisationen med vetenskaplig kunskap att övertala mottagaren och en tvåvägskommunikation råder. De tre första kolumnernas modeller är alltid sändaren överordnade mottagaren. I den symmetriska tvåvägsmodellen så ligger sändare och mottagare på samma nivå, där kommunikation bygger på gemensam förståelse. Denna modell anser Grunig och Hunt vara det perfekta idealet, detta på grund av dess dialoguppbyggnad, förståelse och decentralisering vilket är en god grund för PR-verksamheten. Kritiker till modellen anser dock att den symmetriska tvåvägsmodellen är för naiv och ej skulle fungera på ett tillfredställande sätt i verkligheten.⁸⁸

Vi använder Grunig och Hunts modeller eftersom vi finner det relevant och intressant att kartlägga i vilken av de fyra modellerna som Svenska Spel informationstillvägagångssätt passar in. Effektiviteten av socialt ansvarsarbete beror till viss del på dialogen mellan organisationen och dess intressenter genom att valet av informationsteknik är väldigt viktigt för att nå ut med sitt budskap och att det tolkas rätt.

4.7 Marknadsföring

4.7.1 Svenska Spels riktlinjer

Den svenska spelbranschen där bland andra Svenska Spel och ATG ingår har flertalet utformade riktlinjer för hur marknadsföringen får se ut. Spelbolagens reklam får inte utformas på ett stötande sätt som kan uppfattas alltför påträngande, dessutom får den inte överdriva möjligheten att vinna. Spelbranschen anser sig själva ha ett gott rykte bland det svenska folket och det är därför viktigt att konsumenternas förtroende för spelbranschen och dess aktörer inte missbrukas eller att konsumenterna på annat sätt tillåts vilseledas av spelbranschens reklam. Spelbranschen anser att personer med problematiskt förhållande till spelande ofta har en oriktig uppfattning om hur slumpen fungerar och de tror sig även kunna påverka utfallet i lotteri och nummerspel. Därför gäller det att informera att det är ren slump som avgör dragningen i turspel, så som lotto och bingo, och att statistik, turnummer och kunskap inte är till någon fördel vid spelandet på turspel.⁸⁹

Reklam får heller inte riktas till minderåriga eller särskilt utsatta grupper i samhället. Med utsatta grupperna i samhället menas personer som av olika skäl

⁸⁷ Larsson (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap* s. 46-47

⁸⁸ *Ibid.*, s. 48

⁸⁹ http://www.svenskaspel.se/media/pdf/Riktlinjer_for_marknadsforing.pdf 2008-04-07

inte kan fatta genomtänkta beslut kring insatsstorlek och vinstmöjlighet. De svenska spelbolagen får inte hävda att vissa av spelbolagens produkter är mindre beroendeframkallande än andra eller att det inte förekommer risker med överdrivet spelande. Information om spelrelaterade problem skall vara tillgänglig i alla miljöer där spel tillhandahålls och information om den s k stödlinjen skall finnas på lotter, spelkvitton och kuponger samt i andra sammanhang där det bedöms lämpligt.⁹⁰

Svenska Spel anser sig ha en väldigt sund inställning till marknadsföring. De marknadsför inte produkter i deras sortiment som anses vara förenade med en större risk att utveckla ett problematiskt spelande. Syftet med deras marknadsföring är inte ökat spelandet utan att få det svenska folket att spela mindre riskfyllda spel, alltså flytta konsumenterna från de oreglerade aktörerna till en säker miljö hos Svenska Spel.⁹¹

4.7.2 Sponsring

Sponsring är en stor del i Svenska Spels marknadsföringsstrategi. Som tidigare nämnts ger Svenska Spel omkring 40 procent av sin vinst till Riksidrottsförbundet och cirka 10 procent till Ungdomsstyrelsen.⁹² Vinsten delas varje år ut på den Svenska Idrottsgalan där en stor check ges från Svenska Spel till Riksidrottsförbundet.⁹³ Genom sponsringen av ett evenemang med stort nyhetsvärde som kraftigt exponeras i media bildas en stor bonuseffekt för Svenska Spel.⁹⁴ Vi vill undersöka hur denna sponsring och exponering påverkar intressenternas syn på Svenska Spels sociala ansvarstagande.

Sponsring och välgörenhet uppfattades länge ha samma innebörd. Dock finns det en skillnad genom att ren välgörenhet från en organisation ges utan något krav på en motprestation till skillnad från sponsring där organisationen förväntar sig att få någonting tillbaka.⁹⁵ Gränsen mellan sponsring och välgörenhet är svårdefinierad då välgörenheten kan dölja en förväntning om framtida motprestationer samtidigt som vissa sponsringssatsningar egentligen är ur välgörenhetssyfte.⁹⁶ Men sponsring är enligt Persson en typ av associationsmarknadsföring det vill säga en affärsmässig metod för marknadsföring och kommunikation. Definitionen vi har valt av sponsring är följande;

”Kommersiella avtal mellan normalt två parter där organisationen betalar för de kommersiella rättigheterna att nyttja associationerna runt exempelvis. en organisation eller ett evenemang”⁹⁷

⁹⁰ http://www.svenskaspel.se/media/pdf/Riktlinjer_for_marknadsforing.pdf 2008-04-07

⁹¹ http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf s. 8

⁹² Ibid., s. 18

⁹³ <http://www.idrottsgalan.com/index.html> 2008-04-28

⁹⁴ Roos & Algotsson (1996) *Sponsring: ett sätt att sälja*, s. 40-41

⁹⁵ Jiffer & Roos (1999) *Sponsorship a way of communicating*, s. 25

⁹⁶ Hagstedt (1987) *Sponsring mer än marknadsföring*, s.19-20

⁹⁷ Persson (2002) *Sponsring i offentliga sektorn*, s. 34

Roos & Algotsson menar att sponsring ger möjligheten att både stärka sitt varumärke men samtidigt även kommunicera ett visst budskap till valda målgrupper. I Svenska Spels fall där de sponsrar idrottsrörelsen som i sin tur utgör en stor del av Svenska Spels produkter gör denna naturliga anknytning att effekterna av sponsringen stärks.⁹⁸ Sponsrar organisationen viktiga aktiviteter i den egna kommunen eller som i Svenska Spels fall hela Sverige kan de ses som goda samhällsmedborgare som ställer upp för landet och på så sätt tar ett bra socialt ansvar. Detta är viktigt eftersom invånarna i Sverige är Svenska Spels kunder och det är betydelsefullt att skapa och bibehålla en positiv relation med dessa.⁹⁹

⁹⁸ Clark (1995) *Sponsring i Mästarklass*, s. 8

⁹⁹ Jiffer & Roos (1999) *Sponsorship a way of communicating*, s. 49-50

5. Praktisk metod

I detta kapitel beskrivs det praktiska tillvägagångssättet vid insamlandet av våra primärdata. Här behandlas förberedningen och genomförandet av våra intervjuer samt valet av respondenter. Kritik av primärkällorna och vår access kommer också att belysas i detta kapitel.

5.1 Insamling av primärdata

När man gör en kvalitativ undersökning finns det en rad olika möjligheter till insamling av primärdata såsom intervjuer, observationer, text- och språkanalys. Dessa går att kombinera och kan ge forskaren en ökad förståelse för fenomenet som skall studeras.¹⁰⁰ Då vi genom observationer skulle behöva en större tidsrymd gentemot intervjuer för att få tillfredställande data anser vi att intervjuer är bäst för vår studie. Vid tre tillfällen gjordes personliga intervjuer med tre olika respondenter som vi kontaktat i förväg för att undersöka om de kunde ställa upp på en personlig intervju. Alla accepterade detta med motkravet att få vara anonyma. De två andra respondenterna som valdes ut var stationerade runt om i Sverige och vi fann det därför nödvändigt att använda oss av telefonintervjuer. Detta på grund av att varken tid eller pengar fanns för att göra personliga intervjuer med dessa respondenter. De kontaktades först via e-mail med en kort beskrivning av vår uppsats och dess syfte och om de var intresserade av att ställa upp på en telefonintervju som skulle spelas in.

5.2 Val av respondenter

På vilket sätt urvalet av respondenter har gjorts är en viktig del för att beskriva hur representativ urvalet är för den population som skall undersökas. Vårt syfte att samla in så kvalitativ information som möjligt gjorde att vi valde att använda oss av ett strategiskt urval. Då strategiskt urval eftersträvar informationskvalité och att respondenterna är de människor som har bäst kunskap inom området. Vid vårt val av respondenter utgick vi från intressentmodellen (se fig. 3) där vi ville att varje del som berörs av i vilken grad Svenska Spel tar sitt sociala ansvar skulle undersökas. En del i intressentmodellen som lämnades och inte har fått en representant i empirin är konkurrenterna till Svenska Spel och Svenska Spel själva. Detta gjordes då vi ansåg att om Svenska Spel tar sitt sociala ansvar inte påverkar konkurrenterna i så stor utsträckning då vi i vår förförståelse inte anser att konsumenterna väljer spelbolag genom vilket socialt ansvar det tar. Även på grund av att det är konkurrerande bolag så finns möjligheten att sanningshalten i svaren vi skulle ha fått kan ifrågasättas. Svenska Spel uteslöts från empirin på grund av att det tredje kapitlet i uppsatsen till stor del just är Svenska Spel och deras syn på deras sociala ansvarstagande. Vi ansåg att närapå identiska svar skulle ges från Svenska Spel vid en intervju och därför fann vi det överflödigt att erhålla samma material igen.

¹⁰⁰ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 299

Vår handledare Owe R Hedström gav förslag på ett ombud som kunde tänkas ställa upp, vi tog sedan kontakt med denne som var villig att ställa upp på en personlig intervju om dennes identitet skyddades. Vi fick även förslag av vår handledare på en person som vi i arbetet kallar Spelare #1. Han kontaktades per telefon och ställde upp på en personlig intervju. Spelare #2 är enligt vår källa en spelare som spelar för stora summor på Internet och vi fann hans åsikter intressanta då Spelare#1 och #2 skilde sig åt i tillvägagångssätt när de spelar.

Vid djupare undersökning kring Svenska Spel och deras sociala ansvarstagande ansåg vi att Statens Folkhälsoinstitut och Spelberoendes Riksförbundets syn på ansvarsfrågan var av intresse för vår uppsats. Genom att få olika infallsvinklar gällande Svenska Spels sociala ansvar och ansvarstagande från olika organisationer knutna till Svenska Spel ansåg vi att vi skulle få en tydligare och mer klar bild över hur det sociala ansvaret hos Svenska Spel fungerar i praktiken. Båda var tillmötesgående och efter en kort presentation om vår uppsats så svarade de på våra frågor.

5.3 Intervjuuppbyggnad

Inom kvalitativ forskning är intervjuer det vanligaste tillvägagångssättet vid insamlandet av primärdata. När det gäller intervjuer finns det två olika typer som ofta förekommer under en kvalitativ studie nämligen semistrukturerade och ostrukturerade intervjuer. Den sistnämnda innebär att intervjuaren endast utgår från stödord eller en stor övergripande fråga som respondenten sedan själv fritt får tolka och besvara. Vid en semistrukturerad intervju utgår intervjuaren från en mall men har friheten att ändra frågornas följd samt bygga på med följdfrågor.¹⁰¹

Vid våra intervjutillfällen använde vi en semistrukturerad intervjumall eftersom vi specifikt ville undersöka socialt ansvar utifrån de aspekter som besvarar vår uppsats syfte bäst. Med en semistrukturerad mall kunde vi dessutom ställa liknande frågor till intressenterna för att lättare kunna sammanställa svaren för att se hur åsikterna kring Svenska Spels sociala ansvarstagande skilde intressenterna åt.

Att frågornas disposition i mallen har betydelse för resultatet råder det ingen tvekan om. För att få balans i svaren försökte vi genomföra alla personliga intervjuer på samma sätt. Vi har utifrån tidigare förvärvad kunskap och erfarenhet förstått att de första frågorna inte ska vara speciellt känsliga utan vara mer lätt svarade och allmänna medan de sista frågorna kan vara mer specifika. På liknande sätt byggde vi upp vår intervjumall.

Att vid genomförandet av intervju inte vara subjektiv var mycket svårt vilket troligen även uppfattades då vi framförde frågorna som undermedvetet kan ha lett in respondenten på ett visst spår. När frågorna formulerades försökte vi

¹⁰¹ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 360-363

koppla frågorna till vårt teoriavsnitt samt utforma dem så att de tydligt och klart skulle besvara just det vi undrade över och inget annat.

5.4 Intervjuernas genomförande

Vid genomförandet av intervjuerna hade vi personligt möte med tre av respondenterna. De övriga respondenterna kontaktades via telefon. Vi anser att personligt möte är den bästa intervjuformen då vi kan tolka respondentens kroppsspråk och sätt att svara till att formulera våra frågor efter det läge som råder. Det negativa med att genomföra intervju vid ett personligt möte kan vara att respondenten ger svaren denne tror vi vill ha och inte vad respondenten egentligen tycker. Faktorer som kan påverka respondenten på sådant sätt kan exempelvis vara intervjuvarnas ålder, kön och etnisk bakgrund. När vi kontaktade respondenterna via telefon så uteblev denna intervju effekt vilket förmodligen medfört svar utan dessa teoretiskt möjliga felkällor.¹⁰²

För att lättare kunna få med och tolka vad respondenterna svarade spelade vi in varje intervju med hjälp av en diktafon. Vi var noga med att informera om att det endast var i transkriberingssyfte vi spelade in intervjun och att respondenten kunde få vara anonym i vår uppsats om denne så ville. Vi satt båda med under genomförandet av de personliga intervjuerna där vi båda ställde frågor även om det var en av oss som hade huvudansvaret att leda intervjun. Diktafonen som användes vid inspelningarna var en egen MP3-spelare med inspelningsfunktion som synligt lades fram på bordet mellan oss som intervjuade och respondenten. Genom att spela in intervjun digitalt medförde det en effektivare transkribering då ljudfilen i efterhand kunde behandlas för att reducera brus och förstärka rösterna. Transkriberingen genomfördes så fort som möjligt så vi till vad respondenterna svarade kunde komplettera med sådant som inte gick att spela in, exempelvis kroppsspråk. Vid telefonintervjuns genomförande lades diktafonen bredvid telefonen försedd med aktiverad högtalarfunktion.

Inför varje intervju var vi tydliga att informera vad vår studie gick ut på och dess syfte samt att vi inte var uppdrag av Svenska Spel eller någon av dess intressenter. Respondenterna tillfrågades om det gick bra att vi spelade in intervjun och det var det ingen som hade något emot. Vid intervjuns slut frågade vi om det var något mer de hade att tillägga innan vi tackade för oss.

5.5 Access

Ett viktigt steg vid utförandet av en empirisk studie är att få access till den informationen som ska utgöra det empiriska materialet. Tillträdet till den sociala miljön som är relevant i detta sammanhang kan vara svårt att få beroende om den är öppen eller sluten. Med slutna miljöer menas icke-offentliga miljöer så som kontor eller fabriker.¹⁰³ I vårt fall tog vi inför de personliga mötena kontakt med personen vi skulle intervjuva så att denne fick bestämma en privat plats där

¹⁰² Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 360-363

¹⁰³ *Ibid.*, s 336

intervjun kunde ske där respondenten kunde känna sig trygg. Access handlar även om hur angelägen respondenten är att svara på en specifik fråga. I vårt fall tycker vi inte att respondenterna verkade besvärade av de frågor vi ställde utan de svarade utan vare sig tvekan eller ifrågasättande.

5.6 Bearbetning av intervjuerna

När vi var färdiga med transkriptionen markerade vi relevanta delar med färg som vi sedan förde över till empiriavsnittet under tematisk indelning. Då alla relevanta svar från respondenterna fanns i empiriavsnittet påbörjades bearbetning av texten för att göra den mer läsbar och strukturerad. Den tematiska indelningen i empirin följer i stora drag den indelningen vi har i teoriavsnittet och liknande indelning kommer även att användas i analysavsnittet.

5.7 Kritik av primärkällor

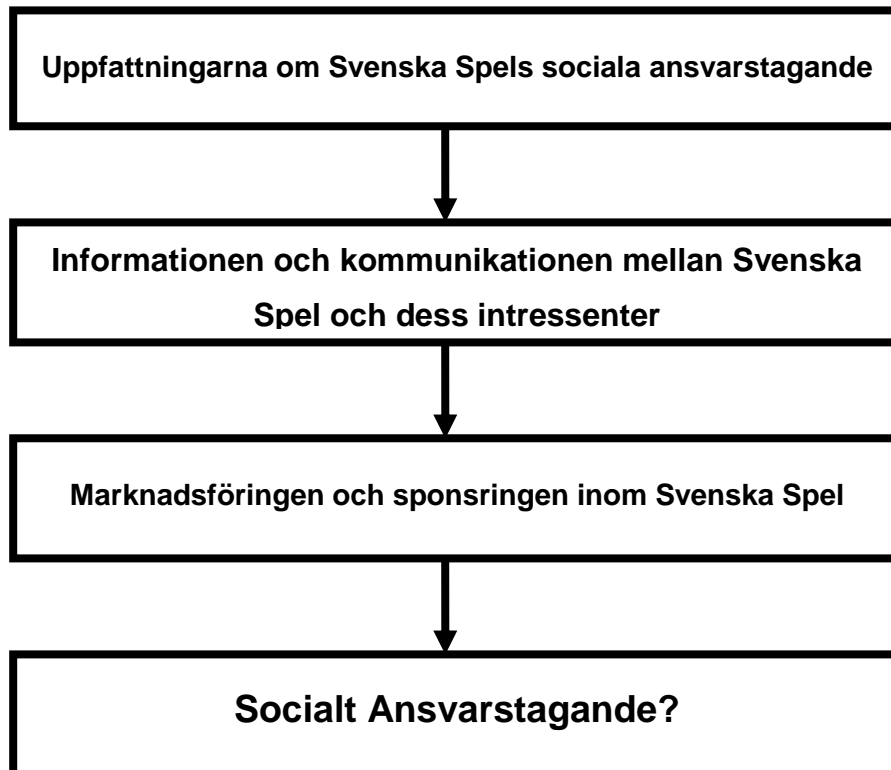
Ingen av oss hade tidigare gjort någon undersökning där vi var ämnade att intervjua respondenterna då vi tidigare har endast gjort enkätundersökningar. Detta medför att intervjuerna inte genomförts på bästa möjliga sätt då vi har bristande erfarenhet om hur detta ska göras på för att få bästa möjliga resultat. Eftersom vi spelat in intervjuerna, och tydligt informerat om detta, kan det ha lett till att respondenterna varit försiktiga i sina uttalanden om de upplevt informationen som känslig. Vi själva lade dock inte märke till detta utan upplevde respondenterna som öppna och säkra. Det som är negativt med telefonintervjuerna är att vi inte kan se detaljer kring hur respondenten svarar, om personen verkar orolig, nervös eller liknande. Vi kunde inte utifrån de telefonintervjuer vi genomförde uttyda att något annat än lugna tillmötesgående svar från respondenterna.

6. Empiri

I detta kapitel redogör vi för det material som inhämtats från de intervjuer som gjorts med våra respondenter.

6.1 Inledning

De olika respondenterna som har intervjuats tillför på olika sätt något till empirin genom sin kunskap och insyn i Svenska Spel. Kunskaperna som respondenterna besitter gör att inte varje respondent är representerad i alla delar av empirin. Den insamlade datan presenteras likt teoriavsnittet med en egen konstruerad modell. Denna skiljer sig dock från den egenkonstruerade modellen i teoriavsnittet eftersom vi i empiriavsnittet har ansvarsynen från respondenterna angående Svenska Spels sociala ansvarstagande och har kopplat samman detta med Corporate Social Responsibility-avsnittet. Detta genom att svaren från respondenterna angående dessa tenderar att sammankopplas och detsamma gäller för kommunikations- och informationsavsnittet.



Figur 9. Egen konstruerad modell, empiriöversikt

6.2 Presentation av respondenterna

Statens folkhälsoinstitut

Statens folkhälsoinstitut bildades 1 juli 1992 och är en statlig myndighet under Socialdepartementet som har till huvuduppgift att förbättra folkhälsan. Särskild vikt fästs vid insatser för de grupper som är utsatta för de största hälsoriskerna. Verksamheten har vetenskaplig förankring och bedrivs i nära samarbete med andra statliga myndigheter, kommuner, landsting och organisationer. Institutet sprider kunskaper och erfarenheter bland annat genom webbplatsen, rapporter och tidskrifter. Dessutom anordnar och medverkar institutet i konferenser, seminarier och utbildningar där även Svenska Spel deltar.¹⁰⁴ Vår respondent Anders Stymne jobbar som projektledare gällande spelberoendefrågor hos Statens folkhälsoinstitut.

Spelberoendets riksförbund

Spelberoendets riksförbund består av en arbetsgrupp representerad av några av landets spelberoendeföreningar. Basen i förbundet utgörs av förutom spelberoendeföreningar även av stödgrupper och kontaktpersoner anslutna till förbundet. Inriktningen för dessa är att på ideell grund erbjuda stöd till spelare och deras anhöriga. Förbundet är en sammanslutning som varken är politiskt eller religiöst bunden och som vill verka för att förebygga och avhjälpa spelberoende. Detta vill förbundet främja genom att bland annat sprida information om spelberoendets orsaker, konsekvenser och möjliga hjälpinsatser till både de spelberoende och deras anhöriga. Förbundet strävar efter att förebygga spelandets sociala skadeverkningar, speciellt bland unga genom att kritiskt granska marknadsföring av olika spelformer.¹⁰⁵ Kim Grahn är förbundsordförande och vår respondent från Spelberoendets Riksförbund.

Ombudet

Ombudet äger sedan flera år tillbaka en kiosk i Mellansverige där han säljer Svenska Spels produkter och har därmed en god insyn i hur Svenska Spel agerar i olika frågor. Av anonymitetsskäl har vi valt att inte beskriva honom närmare.

Spelare #1

Spelare #1 är en medelålders man och har genom våra källor spelat regelbundet i över 20 år och för relativt mycket pengar. Under en två års period var han också ägare till en spelbutik. Han spelar nu både hos ombud och på Internet.

¹⁰⁴ http://www.fhi.se/templates/Page____797.aspx 2008-05-07

¹⁰⁵ <http://www.spelberoende.se/riksforbund.html> 2008-05-07

Spelare #2

Vår andra spelare är en ung man som spelat nätpoker i tre års tid. Han ser sig själv inte som spelberoende men är medveten att risken finns att det kan ske. Han spelar upp till sex bord samtidigt och tre-fyra dagar i veckan. Spelande sker uteslutande på Internet där han genom åren spelat hos sju olika leverantörer av poker. Svenska Spel är ett av bolaget och därför finner vi det intressant att undersöka hans syn på Svenska Spels sociala ansvar.

6.3 Uppfattningarna om Svenska Spels sociala ansvarstagande

6.3.1 Vem/vilka har ansvaret över spelberoende?

På frågan om vem eller vilka som har ansvar över de människor som blir spelberoende menar Anders Stymne från Statens folkhälsoinstitut att spelberoende ska behandlas precis som andra typer av problematiska förhållanden och missbruk. Han säger att det är kommunen själv, alltså socialtjänsten som har det yttersta ansvaret i dessa frågor och om det är så att individen inte kan få hjälp på något annat sätt. Om personen i fråga är i någon slags psykisk kris är det i sådana fall sjukvården som ska bistå med hjälp. Det har förekommit i vissa fall att en arbetsgivare varit den som tagit ansvar och bistått med medel till behandling men det hör inte till vanligheten. Spelberoendets Riksförbunds ordförande Kim Grahn menar att de som blir spelberoende har alltid ett eget ansvar för sitt spelberoende. *"Ingen har tvingat dem att börja spela och ingen kan tvinga dem att sluta spela"*. Grahn anser också att det är av vikt att "ordet spelberoende" skrivs in i socialtjänstlagen så att kommunerna blir tvingade att ordna behandling för dem som vill ha hjälp mot sitt beroende. Ombudet och Spelare #2 anser att det är ett delat ansvar mellan Svenska Spel och individen då det är dessa som förorsakat problemet men att hjälp måste ges av socialtjänsten och liknande instanser. De får medhåll av Anders Stymne som menar att individen själv och dennes närmaste har det främsta ansvaret på frågan om vem eller vilka som har det största ansvaret. Stymne anser även att ett ombud som försöker få folk att spela mer till viss mån också har ett ansvar.

"Det går att spekulera i hur långt ansvaret skall anses vara ombudens, men givetvis har ett spelombud som låter minderåriga spela naturligtvis också ett ansvar"

Vid frågan om Svenska Spels ökade omsättning ger effekten av ett ökat antal spelberoende människor anser Stymne att detta inte är direkt kopplat till varandra. Han har inte heller kunnat se någon ökning gällande personer med problematiskt spelande efter Svenska Spels inträde på Internet. Däremot har det kommit in fler nätpokerspelare till olika hjälpinstanser. Han påpekar även att det faktiskt pågår en undersökning just nu men att de inte kan ta del av resultaten förrän år 2009. Han tror dock att spelandet på automater, nätpoker och kasino troligen gör så att även spelberoendet ökar. Om en liknande ökning sker på spel som tipset, triss och lotto skulle det inte vara en självklarhet att det även skulle bli fler spelberoende anser Stymne.

6.3.2 Tar Svenska Spel sitt sociala ansvar?

På frågan om hur vida Statens folkhälsoinstitut tycker att Svenska Spel tagit ett tillfredställande socialt ansvar fram tills idag anser Stymne att det har varit *"förhållandevis bra, åtminstone de senaste åren"*. Jämfört med andra spelbolag ligger Svenska Spel långt framme i ansvarstagandet anser Stymne. Spelberoendets Riksförbunds ordförande Kim Grahn tycker att Svenska Spel har tagit ett visst socialt ansvar ur ett "spelberoendesperspektiv" genom att de har startat Spelkollen och kampanjen "Spela lagom". Samtidigt menar hon att det är tvetydigt att Svenska Spel lanserar snabba spel med hög tillgänglighet så som nätpoker; *"Spel av detta slag är ett högriskspel när det gäller uppkomsten av spelberoende så det är långt från acceptabelt"*. Grahn berättade slutligen att;

"Så länge man inte vill se sanningen i vitögat om spelen som vi anser genererar många spelberoende som t ex Jack Vegas, nätpoker och kasino så känns det som om man inte tar frågan på riktigt allvar och därmed kan jag inte säga att det tar ett tillräckligt bra socialt ansvar"

Spelare #2 menar att genom Svenska Spels vinstfördelning till idrotten tar de ett bra socialt ansvar för människorna som är involverade i idrotten i Sverige. Men det sociala ansvaret för människor som använder deras produkter är obefintligt och något som han anser borde bli bättre. Spelare #1 syn är att ansvarstagandet hos Svenska Spel är relativt bra, denne menar att när man skall börja spela på deras hemsida så kommer det alltid upp en ruta om att spela lagom. Han menar att detta får spelaren att tänka efter en extra gång, att ifrågasätta sig själv om det faktiskt är rätt att gå in och spela just då. Spelare #1 anser vidare att detta är en rimlig och bra nivå när det gäller ansvarstagande och menar att Svenska Spel inte kan göra så mycket annat än att bara fråga och låta spelaren tänka till en extra gång inför ett beslut om att spela eller ej. *"Den som verkligen vill spela kommer också att göra det oavsett om denne får en fråga om denne spelar för mycket"* Ombudet svarade också på om han ansåg att Svenska Spel tar sitt sociala ansvar;

"Nej, alltså vad jag tycker egentligen är att det är ett spel för galleriet. De är ju skyldiga att göra någonting. Men alltså det är ju, det är ju så jävla tvetydigt. Det är ju klart att de vill ha så stora vinster som möjligt."

Vidare berättade Ombudet att han ansåg sig bedriva en slags franchisingsverksamhet åt Svenska Spel. Han betalar avgifter för all den utrustning de tillhandahåller, får en väldigt låg procentandel av Svenska Spels produkter som han säljer samt ingen lön alls av dem. Detta leder till att Ombudet försöker få folk att spela så mycket som möjligt eftersom det handlar om att dra in provision för att kunna ha en verksamhet som överlever. Han förklarar vidare att enda sättet för denne att öka sin vinst är att få folk att spela mer. Vidare anser han att det bara blir sämre för honom i och med att Svenska Spel lanserar fler produkter på Internet som drar bort kunder från Ombudets butik.

När vi frågade Ombudet gällande spel till omyndiga berättar denne att det i förväg blir varnade av Svenska Spel att kontroller kommer att utföras. Ombudet erkände att denne faktiskt blivit påkommen att ha låtit minderårig spela och att detta renderade till att Ombudet fick en varning. Folkhälsoinstitutets Anders Stymnes syn gällande Svenska Spels kontroller över omyndiga som spelar är att Svenska Spel själva anser sig ha brustit i den kontrollen. Detta eftersom Svenska Spel har bytt konsultbolag som nu skall granska ombuden bättre. *”Men viljan finns nog att vilja få bort de minderåriga”*. Vidare menar Stymne att på kasinon är det förmodligen bättre kontroll än hos ombuden. På kasinon tar personal kontakt med personer som uppenbart är spelmissbrukare och inleder samtal med dessa, men på andra spelställen sker det nog i liten utsträckning. Spelare #1 tror sig inte veta säkert angående denna fråga rörande kontrollen över omyndiga spelare men tror knappast att Svenska Spel har bra kontroll. Kim Grahn på Spelberoendets Riksförbund menar att kontrollen från Svenska Spels sida är relativt bra, åtminstone på produkterna som ligger på Internet. Hon säger sig också veta att Svenska Spel gör en hel del kontrollköp hos ombud och även hos restauranger angående Jack Vegas-maskiner, men att det säkert samtidigt går att göra ännu bättre.

6.3.3 Svenska Spels framtida sociala ansvarstagande

Spelberoendets Riksförbund Kim Grahn kommenterar Svenska Spels byte av ordförande och VD:ns avgång samt deras uttalanden med följande;

”Det är alltid svårt att sitta på två stolar och med tanke på att Svenska Spel är den ”mjölkko” som den är kommer vinstintresset alltid att vara viktigt men vi hoppas naturligtvis att Margareta Winberg kan påverka företaget i rätt riktning”

Folkhälsoinstitutets Anders Stymne tror att Svenska Spel genom ledningsförändringen kommer att stärka det sociala ansvarstagandet. Spelare #2 antar att ingen större skillnad kommer att ske. Ombudet är också inne på linjen att inget kommer förändras och menar att det är något Margareta Winberg är tvungen att säga. Vidare återkommer han till att det för hans egen del handlar om att få konsumenterna att spela så mycket som möjligt och fortsätter;

”Om jag skulle få ett direktiv av Svenska Spel där dom säger att nu får du se till att dina kunder spelar mindre. Far åt helvete då säger jag. Va fan jag måste ju leva själv, jag betalar ju hyra och allting för lokalen och så vidare. Jag måste ju dra in pengar någonstans”

Vi undrade om Spelare #1 trodde att Svenska Spels konsumenter skulle tycka det ökande ansvarstagandet som nu kanske sker möjligtvis skulle innebära att produkternas kvalité försämrades så pass att de skulle överge Svenska Spel för något annat spelbolag. Han tror inte att Svenska Spels ansvarstagande hur det än yttrar sig påverkar spelarnas beslut om att spela och jämförde ansvarstagandet med varningstexten på cigarettpaketet.

"Den som använder beroendeframkallande produkter bryr sig inte om budskap som uppmanar dem att se över sin konsumtion av produkten i fråga"

6.3.4 Spelet på Internet

Vid frågan om Svenska Spels sociala ansvarstagande framkom det att de flesta respondenterna tyckte att Internetspelandet var en stor del i detta. Vi valde därför att i empirin ha deras åsikter om spel på Internet i ett separat avsnitt. Spelare #1 och #2 ansåg att möjligheterna till spel har ökat vilket är positivt men att det även medfört att risken för att hamna i ett beroende är mycket större än det är hos ett ombud. Båda menade att när man inte ser pengarna i handen är det svårare att förstå deras värde och därför lättare att göra något ogenomtänkt. Att inte se pengarna och endast trycka ner en tangent vid datorn för att spela anser Spelare #1 är livsfarligt då spelaren inte har "koll på det själv". Spelare #2 menade vidare att nivåerna på hur mycket man kan vinna eller förlora på Internet är mycket högre än om man spelar hos ett ombud. Detta gör att spelare på Internet lättare utvecklar ett problematiskt spelande jämfört med spelarna hos ombuden anser Spelare #2. Spelare #1 har liknande åsikter och tror att Internetspelet är den bakomliggande orsaken till att mer människor spelar samt att folk spelar för mer pengar. Just Internetspel är något som Spelare #1 anser att staten borde satsa mer pengar på i spelberoendeförebyggande syfte.

Ombudet berättar för oss att Svenska Spel har varit i kontakt med denne i förfrågan om att få ställa in datorer så att ombudets kunder skulle kunna spela på Svenska Spels hemsida via Internet. Ombudet tror att detta skulle vara ett försök att locka folk som inte har datorer hemma, "antagligen pensionärer" att prova på Internetspelande.

Något som oroar Spelare #1 är de bingospel som erbjuds via Svenska Spels hemsida som enligt denne borde klassas som mycket beroendeframkallande. Han berättar vidare att denne själv suttit och spelat så han vet hur det går till och vilka enorma risker det finns med denna spelform. Då det bara kostar 10, 20 eller 40 kronor att delta och möjligheten finns att spela upp till 10 bingobrickor samtidigt tror Spelare #1 "att de som inte har något att göra kan sitta där hela dagen och spela bort varenda krona". Han berättar vidare att denne ser att det är hundratals människor var tionde minut som spelar bingospel på Svenska Spel. Spelare #1 berättar även att denne sett folk som skrivit att de blivit pank på chatten i anknötning till bingospelen;

"Och så finns det ju en chattsida där de går in och pratar med varandra och jag ser ju då liksom att "nu är jag pank, nu har jag inte vunnit någonting, nu är jag pank" det tror jag är jävligt farligt alltså."

Spelare #1 tror dessutom att de som spelar på bingo på dagarna troligen är både "fattiga, arbetslösa och i behov av pengar". Han menar att det är deras sista enkla chans att försöka få in en extra behövande inkomst. Spelare #2 som uteslutande spelar poker på Internet påpekar att spelandet där är snabbt och

möjligheten finns att förlora tusentals kronor på några sekunder. De begränsningar som spelarna själva får sätta upp gällande hur mycket tid de får spela och hur mycket det får spelas för anser han inte vara till speciellt stor hjälp;

”Man får ju själv som spelare bestämma hur mycket jag vill spela så jag kan bestämma mig för att jag får spela 24 timmar om dygnet och för 10 000kr i veckan utan några som helst problem”

Vi frågade Statens folkhälsoinstitut om dessa verktyg som Svenska Spel har på sin hemsida och hur effektiva de trodde att det var mot utvecklandet av ett spelberoende. Stymne anser att det är möjligt att det kan verka men att det inte finns några utvärderingar gjorda om saken. Han tycker att man får se på det som en förebyggande åtgärd som kan hjälpa normalspelare att hålla sig till ett lugnt spel och att de personerna som ligger i riskzonen för att bli spelberoende får sig en extra tankeställare.

6.4 Informationen och kommunikationen mellan Svenska Spel och dess intressenter

Vi ställer frågan till Folkhälsoinstitutets Anders Stymne hur kommunikationen och samarbetet mellan Svenska Spel och Statens folkhälsoinstitut fungerar och om det fungerar på ett tillfredställande sätt. Stymne menar att de har ett formaliserat samarbete inom branschområdet OSS, där de utbyter erfarenheter och synpunkter med varandra. Institutet deltar vid olika konferenser och är ibland med och föreläser på den utbildningen Svenska Spel anordnar för sin personal och sina ombud. Det förekommer även samarbete på tjänstemannanivå säger Stymne. Samtidigt ställer han sig frågan om hur mycket samarbete de egentligen skall ha med Svenska Spel då Statens folkhälsoinstitut skall vara en oberoende och självständig enhet och inte på något sätt får bli beroende av eller få för starka anknytningar just till Svenska Spel. Samma fråga ställdes till Spelberoendets Riksförbund och ordförande Kim Grahn svarade att kommunikationen fungerar bra, att den är *”rak och öppen men att de trots allt är små”* i sammanhanget jämfört med Svenska Spel.

Ombudet fick frågan hur informationen och kommunikationen mellan honom och Svenska Spel sker. Han svarade att den löpande kommunikationen emellan dem inte fanns. Vidare frågade vi om Ombudet fått några riktlinjer kring förebyggandet av spelberoende. Han ansåg att inga riktlinjer har getts angående detta utan det enda kravet är att några broschyrer med information om spelberoende ska finnas tillgängliga i butiken. Eftersom Ombudet tidigare nämnt att kontrollanter varit och granskat dennes butik frågade vi hur ofta detta sker. Han förklarar för oss att information kommer upp på dataskärmen om vilken tidsperiod Svenska Spel kommer att göra kontroller och hur han under dessa perioder är noggrann med att fråga efter legitimation då en kund denne *”aldrig sett förut och som ser lite ung ut”* kommer in i butiken och vill spela. Även Spelare #1 fick frågan vad denne ansåg om Svenska Spels kontroller av ombud, då även han för många år sedan själv varit ett spelombud. Spelare #1 förklarar att han inte råkade ut för någon

kontroll under de två år som denne agerade spelombud. Vidare ansåg Spelare #1 att det förmodligen måste röra sig om enorma summor för att Svenska Spel skulle stoppa ett spel då han både som spelare och ombud aldrig blivit nekat ett spel, men han är inte säker.

Spelare #1 blev tillfrågad i vilken utsträckning Svenska Spel informerade och kommunicerade med honom. Kommunikationen mellan dem hade enbart varit vid support då han haft problem med sitt konto. Han har aldrig blivit kontaktad angående sitt spelande eller informerats om de negativa effekter som finns med spelandet av Svenska Spel. Spelare #2 blev även han tillfrågad i vilken utsträckning Svenska Spel informerade och kommunicerade med honom. Han berättade att han aldrig under sina tre år på Svenskaspel.se blivit kontaktad av Svenska Spel utan enbart fått e-mail utskickat till sig *"någon gång då och då"*.

6.5 Marknadsföring och sponsring

Vi valde att fråga Ombudet var han tycker om Svenska Spels relativt nylanserade kampanj "Spela lagom" och vad den förmedlar. Denne menade att denna kampanj är löjlig och att folk *"skrattar åt den"*. Vidare berättar han att det är *"väldigt genomskinligt vad Svenska Spel håller på med det är bara ett spel för galleriet"*. Vi ställer en följdfråga om han märkt att folk börjat spela mindre i och med Svenska Spels kampanj och det anser sig inte Ombudet kunnat se. Spelare #1 tror inte att spelarna i någon grad påverkas av Svenska Spels reklam till att "spela lagom", han tycker att Svenska Spels satsning på att förmedla budskapet "spela lagom" är bortkastade pengar. Vidare menade Spelare #1 att "Svenska Spel gläds åt varje skattekrona, precis som Systembolaget", som han menar utåt sett "inte vill" att vi konsumenterna ska konsumera deras produkter vilket han tycker är ett tydligt tecken på dubbelmoral. Spelare #2 anser att "Spela lagom"-kampanjen inte i någon större utsträckning får konsumenterna som han själv att spela mindre eller tänka efter mer innan han skall spela. Istället tror han att den som med all marknadsföring är till för att få konsumenterna att konsumera reklamaktörens produkter.

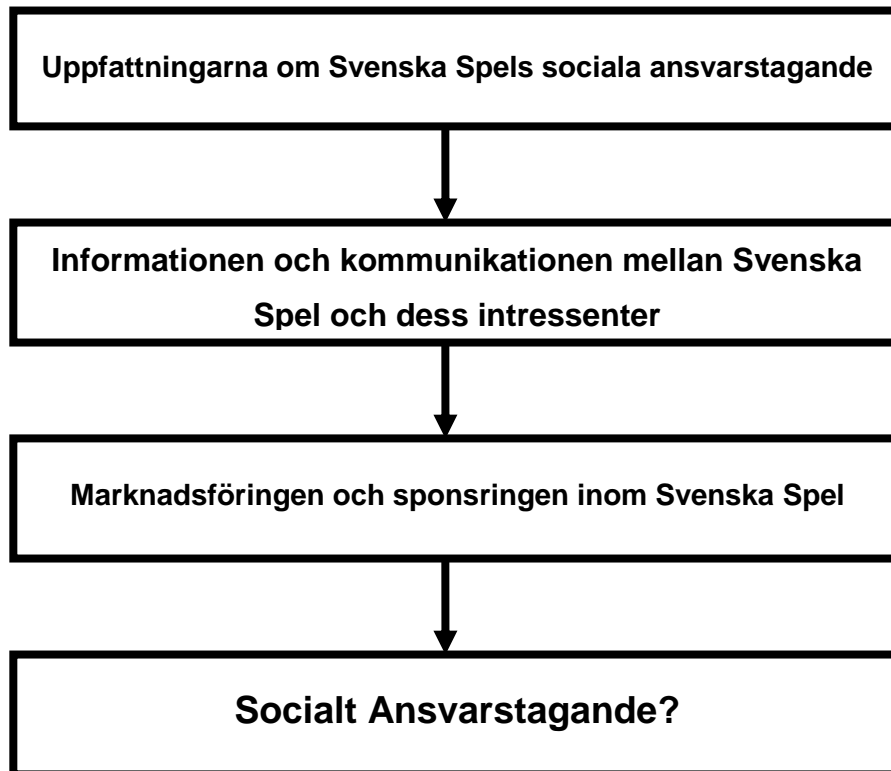
Statens folkhälsoinstituts Anders Stymne fick frågan hur de anser att Svenska Spel marknadsför sina produkter och om Svenska Spel informerar om de negativa effekterna deras produkter kan medföra. Han anser att Svenska Spel inte via sin reklam informerar om de negativa effekterna om enskilda produkter men att Svenska Spel börjat med "Spelkoll" och "Spela lagom" för att lyfta fram frågan mer allmänt. Han nämner vidare att det varit lite problematiskt då han anser att Svenska Spel varit "lite för aktiva" i sin marknadsföring av sina spel och varit lite för "uppfinningsrika" vid exempelvis nätbingo där de har fört ett nära samarbete med Aftonbladet. Kim Grahn på Spelberoendets Riksförbund anser att marknadsföringen är "mycket ensidig". Visserligen förekommer orden "spela lagom" i anknytning till deras annonser och hon poängterar även att Svenska Spel har en TV-reklam med samma tema. Men hon anser dock att denna reklam försvinner bland den övriga spelreklamen som "bara lovar guld och gröna skogar". Hon berättar avslutningsvis att Aftonbladet haft artiklar med folk som vunnit pengar och hur Svenska Spel haft sin reklam i anknytning till dessa texter.

Folkhälsoinstitutets Anders Stymne ansåg att Svenska Spel, för att arbeta mot uppkomsten av spelmissbrukare, inte skall föra en "överrumplande" marknadsföring, de skall inte erbjuda gratisspel eller spel där spelaren uppmanas till att spela mer. Utöver det tycker Stymne att Svenska Spel givetvis måste följa alla lagar rörande förbudet för omyndiga att spela, förbud mot creditspel med mera. Han anser dock att det är tänkvärt att Svenska Spel har i uppdrag av regeringen att faktiskt arrangera spel som huvuddelen av medborgarna tycker är bra.

Vid frågan om sponsring och i första hand Svenska Spels inblandning i Idrottsgalan ställde sig Ombudet tveksam till det faktum att Svenska Spel skänker pengar till idrottsförbunden. Han menar att Svenska Spel sponsrar sig själva mer eller mindre då många av deras produkter har anknytning till idrotten. Ombudet menar dessutom att det kan ses som ett sätt för Svenska Spel att "döva sitt samvete". Spelare #1 anser däremot att det är helt okej att Svenska Spel skänker pengar till idrottsförbund och att det exponeras i media genom att man då som spelare får bevis på att en del av spelpengarna "går till en bra sak". Spelare #2 menar att sponsringen i sig är bra och att pengarna kommer ges till ett bra ändamål. Samtidigt menar han att de ger pengar till dem som utgör en del av Svenska Spels produkter och att det därför kan ses som en "lönecheck" som delas ut på Idrottsgalan.

7. Analys

I detta kapitel kommer vi att binda samman teori med den empiri som framkom under vår kontakt med respondenterna. Uppbyggnaden av detta kapitel är desamma som i empirikapitlet för att få en mer överskådlig struktur.



Figur 10. Egen konstruerad modell, analysöversikt

7.1 Uppfattningar om Svenska Spels sociala ansvarstagande

7.1.1 Svenska Spels uppfattning

Svenska Spel har vidtagit åtgärder för att identifiera och hjälpa personer som är spelberoende. Detta genom att erbjuda kunderna via sin kasinoverksamhet möjligheten till frivillig avstängning och besöksbegränsning om de så önskar. Vidare menar Svenska Spel att kasinopersonalen tar kontakt med spelare som visar att de mår dåligt av sitt spelande. Frågan är om personer som lider av ett spelberoende frivilligt är förmögna att sluta med någonting som de troligen finner en väldig kick i att konsumera. Svenska spel menar även att de, för att skapa en trygg spelmiljö för konsumenterna samt förebygga uppkomsten av spelrelaterade problem informerar om spelandets negativa sidor.

I Svenska Spels årsredovisning 2005 nämner den dåvarande, numera avgångna, VD:n Jesper Kärrbrink att Svenska Spel låter ansvarstagandet gå före vinst och

att företaget inte är ute efter någon slags vinstmaximering. Jesper Kärrbrink avgick som VD och lämnade företaget då regeringen gått ut i media och sagt att Svenska Spel under 2008 ska satsa på ett mer återhållsamt spelande. Kärrbrink avgick med kommentaren att han inte ansåg sig som personen som skulle leda företaget längre i och med den nya satsningen på återhållsamt spelande. Detta tyder på att Jesper Kärrbrink vill, och var van vid att leda företaget mot vinst likt den företagsteori vi tidigare presenterat. Då Kärrbrink inte avgått tidigare med avseende dessa skäl tyder detta på att Svenska Spel inte prioriterade återhållsamt spelande i samma grad tidigare som de nu anser skall göra.

Det som enligt Svenska Spel skiljer deras Internetsida från konkurrenternas är att Svenska Spels Internetsida erbjuder beloppsbegränsningar och möjligheten att skapa en spelbudget. Tidigare hade även Svenska Spel inbyggda uppehåll i spelen samt att de stängde speltjänsterna på nätterna men dessa regleringar plockades senare bort på grund av klagomål från konsumenterna. Begränsningarna som Svenska Spel erbjuder tillåter konsumenten själv att reglera de begränsningar denne vill använda sig av. Svenska Spel menar att begränsningarna skall sättas av konsumenten i förebyggande syfte för att inte hamna i ett spelberoende. Problematiken är när en spelberoende själv skall sätta sin egen begränsning för hur mycket denne får spela för och under vilken tidsrymd. Då dessa individer ofta har en sned uppfattning om både pengar och tid så kan de sätta för höga belopp och tid för att det skall vara sunt för dem. Möjligheten till ålderkontroll på Internet jämför med ombud är också ett problem då en minderårig kan "låna" någons spelkort och använda Svenska Spels produkter på Internet. Dock skall sägas att det i vår intervju med Ombudet framkom att han sålt till minderåriga också. Detta tyder på att Svenska Spel inte är tillräckligt tydliga i sin kommunikation om vilka riktlinjer som gäller. Ombudet måste vid fyra tillfällen upptäckas med att sälja Svenska Spels produkter till minderåriga för att denne skall stängas av en viss tid och de varnas när det är tillfälle för kontroll. Detta kan anses som att Svenska Spel inte vill stänga av sina ombud genom ett generöst varningssystem och flera varningar innan avstängning.

Åldersgränsen för att spela på Svenska Spels produkter är 18 år förutom på lotter där det inte förekommer någon åldersgräns över huvud taget. Svenska Spel anser att lotter av diverse slag är deras minst farliga produkt. Detta visar att Svenska Spel tar sitt rättsliga ansvar, likt det i Carrolls CSR-pyramid som presenterades i teoriavsnittet eftersom det enligt lag inte är tillåtet att erbjuda spel, förutom lotter till minderåriga.

Det etiska ansvaret i Carrolls CSR-pyramid uppfylls även det till viss del då Svenska Spel på varje spelprodukt upplyser om ett stödnummer för hjälp till personer med problematiskt spelande. Utöver dessa upplysningar på spelprodukterna finns även broschyrer, där upplysning kring spelberoende och hur spelare som är spelberoende kan få hjälp, tillgängliga i butiker som erbjuder Svenska Spels produkter.

CSR-pyramidens grundläggande del, det ekonomiska ansvaret, kan det sägas att Svenska Spel uppfyller då de aktivt verkar på den rådande marknaden genom att utveckla nya produkter och spelsätt och samtidigt göra en vinst.

Sista delen i Carrolls CSR-pyramid, det filantropiska ansvaret, anser Svenska Spel att de uppfyller då de varje år delar ut en stor del av sin vinst till riksidsrottsförbundet och främjar på så sätt samhället. Genom att Svenska spel anser att de uppfyller alla delar i CSR-pyramiden kan de tycka att de nu inte behöver utveckla sitt ansvarstagande ytterligare.

7.1.2 Respondenternas uppfattning av socialt ansvar gällande spelberoende

När det gäller vem som har ansvar när det gäller spelberoende är alla tillfrågade respondenter mer eller mindre överrens om att det är spelaren själv som bär huvudansvaret för sitt spelande. Detta beror främst på att det är ett etiskt ansvar, då myndiga personer får konsumera lagliga produkter i vilken utsträckning som helst, medan Svenska Spel inte har någon skyldighet, rent rättsligt att ta hand om eller behandla dessa personer.

Det etiska ansvarsområdet i CSR-pyramiden återspeglas även då Anders Stymne från Statens folkhälsoinstitut menar att det är den svenska staten som stiftat spelreglerna men ifrågasätter om det även måste innebära att det är dem som skall ta ansvar över invånarna också.

Det finns inget direkt samband mellan att spelberoendet ökar i och med att Svenska Spels omsättning stiger enligt Stymne. Ett indirekt samband finns dock i och med att Internetspelandet den senaste tiden expanderat samt fortsätter växa, och med detta även risken för att hamna i ett spelberoende med tanke på de snabba spel som finns på Internet enligt Spelare #1.

7.1.3 Respondenternas uppfattning kring hur vida Svenska Spel tar sitt sociala ansvar

När det gäller frågan om Svenska Spel fram tills idag har tagit sitt sociala ansvar är respondenterna oeniga. Anders Stymne från Statens folkhälsoinstitut anser att Svenska Spel, i alla fall de senaste åren, tagit ett bra socialt ansvar och jämför Svenska Spels ansvarstagande med konkurrenterna, där Svenska Spel ligger långt före. Kim Grahn från Spelberoendets Riksförbund har en annan uppfattning, hon anser att Svenska Spel är tvetydiga när det gäller sitt ansvarstagande då de erbjuder högriskspel såsom poker på sin hemsida samtidigt som de lanserar kampanjen "Spela lagom". Hon anser att det inte är acceptabelt då Internetspoker, som både är snabbt och lättillgängligt lätt medför ett spelberoende.

Fastän Svenska Spel ger större delen av sin vinst tillbaka till samhället och genom det tar ett bra socialt ansvar tycker Spelare #2 att de hade kunnat ta ett bättre ansvar för de konsumenter som använder deras produkter, något som

denne tycker är obefintligt. Spelare #1 tycker snarare tvärt om, att Svenska Spel faktiskt tar ett bra ansvar. Han tycker att varningarna som kommer upp i samband med spel på Svenska Spels Internetsida är bra då det får spelaren att tänka till om denne ska gå vidare med sitt spelande eller inte.

Ombudet är säker på sin sak, Svenska Spel vill ha så stora vinster som möjligt och det här med socialt ansvarstagande är inget annat än ett försök att rättfärdiga sin vinst. Eftersom Ombudet får provision på de produkter från Svenska Spel han säljer försöker han få folk att spela så mycket som möjligt. Då vi i teoriavsnittet nämnde att Svenska Spel övergivit företagsteorin till förmån för ansvarstagande kan det istället tyckas att Svenska Spel helt enkelt låter företagsteorin gälla hos Ombuden istället, där maximerad vinst är det huvudsakliga syftet med verksamheten. Eftersom Svenska Spel hela tiden utvecklar och ökar sitt ombud på Internet försvinner kunderna från ombuden till Svenska Spels Internetsida. Genom att konsumenterna spelar på Internetsidan istället för hos ombuden behöver inte Svenska Spel betala någon provision till ombuden, dessutom får företaget mer kontroll över sina konsumenters spelvanor vilket kan ses som positivt. I och med detta verkar det som om Svenska Spel, trots vad deras budskap förmedlar inte har ändrat verksamhetsfokus helt från företagsteorin. Svenska Spel har även varit i kontakt med spelombud och frågat om de tillåts få ställa in datorer hos dessa som varit uppkopplade till Svenska Spels hemsida där spelarna då hade kunnat spela. Genom att erbjuda spelare möjlighet att testa på spel på Internet hos ett ombud kan de sedan fortsätta spelandet i hemmet, något som kan få spelarna att spela mer genom dess lättillgänglighet.

Då det gäller Svenska Spels kontroll över att inga minderåriga tillåts spela anser Anders Stymne att det funnits brister i detta, som även Svenska Spel varit medvetna om. Ombudet vi talade med berättade att han blivit granskad och påkommen att ha tillåtit minderårig spela på Svenska Spels produkter, påföljden blev en varning. Det är svårt att klassa Svenska Spels kontroll av ombuden som tillfredställande då Svenska Spel informerar ombuden om under vilken tidsperiod kontroll kommer att ske och att det först efter fyra varningar som ombudet tvingas sluta sälja Svenska Spels produkter.

7.1.4 Svenska Spels framtida sociala ansvarstagande

Framtidstron kring Svenska Spels ansvarstagande, i och med avgången av VD:n och tillsättandet av den nya ordförande Margaretha Winberg är inte vidare stark anser Grahn. Inte heller spelarna eller Ombudet tror att Svenska Spels nya riktlinjer kommer att innebära förändring utan att spelare kommer att fortsätta spela och ombuden kommer att fortsätta försöka få folk att spela mer. Anders Stymne tror att ledningsförändringen kommer leda till stärkt socialt ansvarstagande från Svenska Spel. Intressentteorin som visar att företagets beslut påverkar dess intressenter verkar inte till så stor grad påverka Svenska Spels intressenter.

7.1.5 Spelet på Internet

Spel på Internet är något som är förenat med större risk för spelberoende än något annat spelande. Den främsta orsaken till detta är att spelaren inte ser pengarna annat än som siffror på en datorskärm. Då spelaren inte ser sedlarna blir uppfattningen av pengarnas värde inte detsamma som när spelaren är hos ett ombud. Kontrollen över vilka som spelar minskar då spelandet sker över Internet där inte den fysiska kontakten mellan köpare och säljare finns. Detta gör att ålderkontroller trots Svenska Spels spelkort lätt kan rundgås genom att låna en myndig persons spelkort.

Den vedertagna åsikten intressenterna har kring Svenska Spels ansvarstagande är att företaget bör investera mer i förebyggandet av spelberoende. Dessutom anser spelarna att det bör göras mer för att minska riskerna med spel på Internet där insatsen och vinsten ligger nära, som exempelvis i bingo och poker. Det förväntade etiska ansvaret Svenska Spel idag tar lämnar enligt respondenterna en del att begära. Verktygen som finns tillgängliga på Svenska Spel är inte tillräckliga för att få spelberoende spelare att spela mindre men kan i viss mån hjälpa som förebyggande åtgärd till att förhindra de vanliga spelarna från att hamna i ett beroende. Detta ger de normala spelarna möjlighet till ett tryggare spel vilket innebär ett visst etiskt ansvarstagande för dessa spelare.

7.2 Informationen och kommunikationen mellan Svenska Spel och dess intressenter

Hur en organisation informerar och kommunicerar med sina intressenter är av stor vikt för en lyckad implementering av Corporate Social Responsibility och även för att i senare skede bibehålla och utveckla sitt sociala ansvar. Den externa kommunikationen var den del som belystes i denna undersökning rörande Svenska Spels sociala ansvarstagande. Vi vill dock påpeka att vi anser att som företag är det av vikt att ha både den interna och externa kommunikationen i fokus.

Vid val av våra respondenter utgick vi som nämnt tidigare från intressentmodellen. Den externa kommunikationen mellan våra respondenter och Svenska Spel ter sig väldigt olika genom att deras anknytning till Svenska Spel är olika. Anders Stymne på Statens folkhälsoinstitut berättade att kommunikationen mellan dem och Svenska Spel fungerade på ett tillfredställande sätt. De har ett formaliserat samarbete genom branschområdet Oberoende Spelsamverkan (OSS) där de utbyter erfarenheter och synpunkter med varandra angående spelberoendefrågor. Detta visar att kommunikationen dem emellan likt Figur 7 i teoriavsnittet innefattar de bitar som skall finnas i en tillfredställande kommunikation där feedbacken mellan organisationerna används flitigt.

Effekterna som god kommunikation ger är nära samarbete och förståelse organisationerna emellan och genom Statens Folkhälsoinstituts kunskap runt spelberoende har Svenska Spel möjlighet att utöka sin kunskap inom ämnet.

Samtidigt ställer sig Stymne frågan om Statens Folkhälsoinstitut som skall vara en oberoende och självständig enhet egentligen skall ha så starka anknytningar till Svenska Spel. Detta gör att vilken kommunikation som skall finnas mellan dessa organisationer blir problematiskt där en kommunikation är nödvändig men inte får övergå till en påverkande kommunikation från Svenska Spels sida.

Spelberoendets Riksförbunds ordförande Kim Grahn gav svaret att deras kommunikation var rak och öppen. Nackdel som hon såg var förbundets storlek då Spelberoendets Riksförbund är en liten ideell organisation och Svenska Spel är en stor organisation. Denna snedfördelning kan leda till att kommunikationen organisationerna emellan sker men att effekten som Spelberoendets Riksförbund vill uppnå förbises av Svenska Spel på grund av dess storlek.

Ombudet gavs frågan i vilken form informationen och kommunikationen mellan denne och Svenska Spel sker. Denne svarade att ingen löpande kommunikation fördes emellan honom och Svenska Spel. Den information som gavs till ombudet erhöles på en dataskärm och likt Figur 6 i teoriavsnittet sker informationen utan återkoppling till sändaren. Detta medför att Svenska Spel inte vet om mottagaren i det här fallet ombudet har tolkat meddelandet korrekt.

Spelare #1 och #2 blev även de tillfrågade i vilken utsträckning Svenska Spel informerade och kommunicerade med dem. Båda ansåg att de inte kommunicerat med Svenska Spel annat än vid support. Vidare så hade de aldrig blivit kontaktade av Svenska Spel angående deras spelande eller information om spelets baksida. De berättade att den information som de får från Svenska Spel uteslutande är reklam. Den kommunikation som Svenska Spel har med sina konsumenter är en marknadskommunikation där de aktivt försöker påverka sin marknad (spelarna) att indirekt eller direkt köpa mer av företagets produkter. Vilket vi anser är en brist då det även borde finnas en informationskommunikation mellan Svenska Spel och spelarna där de blir informerade om spelandets risker.

7.3 Marknadsföringen och sponsringen inom Svenska Spel

7.3.1 Marknadsföring

Marknadsföring eller marknadskommunikation som det även kallas är genom vilka produkter Svenska Spel tillhandahåller en betydande del i hur de tar sitt sociala ansvar. Genom att deras produkter påverkar samhället både på ett positivt och negativt sätt är det viktigt att marknadsföringen är välgenomtänkt. Svenska Spel har tillsammans med bland annat ATG en rad utformade riktlinjer för hur deras marknadsföring skall se ut. Reklam får inte utformas på ett stötande sätt eller uppfattas som alltför påträngande och vinstmöjligheterna får inte överdrivas. Reklamen får heller inte riktas till minderåriga eller särskilt utsatta grupper i samhället. Information om spelrelaterade problem skall vara tillgänglig i alla miljöer där spel tillhandahålls och information om den så kallade stödlinjen skall finnas på lotter, spelkvitton och kuponger samt i andra sammanhang där det bedöms lämpligt.

Svenska Spel anser sig ha en väldigt sund inställning till marknadsföring. De marknadsför inte produkter i deras sortiment som anses vara förenade med en större risk att utveckla ett problematiskt spelande. Deras syfte med marknadsföring är inte ökat spelandet utan att få det svenska folket att spela mindre riskfyllda spel, alltså flytta konsumenterna från de oreglerade aktörerna till en säker miljö hos Svenska Spel. De har på senare tid lanserat en ny kampanj där budskapet är att "spela lagom". Ombudet menade att denna kampanj saknade verkan då människor inte tror på det och anser att det bara är ett spel för galleriet. Ordförande i Spelberoendets Riksförbund Kim Grahn anser att Spela lagom-kampanjen i grunden är bra men att den "drunknar i den övriga reklamen som lovar guld och gröna skogar". Spelare #1 ansåg att kampanjen inte hade någon direkt verkan på hur mycket spelare spelar. Spelare #2 trodde också han att konsumenterna inte påverkas av kampanjen utan att det var en marknadsföringsstrategi. Grunig och Hunts lyfter fram fyra olika PR-modeller i figur 8 däribland informationsmodellen. Denna modell går att applicera på Svenska Spels kampanj då kampanjen verkar för att sprida informationen om att spela lagom. Svenska Spel använder sig av envägskommunikation där de vill ge konsumenterna kännedom om att Svenska Spel vill att konsumenterna skall spela lagom. Dock verkar deras försök till påverkan sakna effekt på deras intressenter och detta kan bero på att de enligt intressenterna likt i Figur 8 använder en propagerande typ av kommunikation utan sanningsinnehåll.

7.3.2 Sponsring

Sponsringen är en stor del i Svenska Spels marknadsföringsstrategi. Bland annat ges som nämnt tidigare omkring 40 procent av vinsten till Riksidrottsförbundet och cirka 10 procent till Ungdomsstyrelsen. Denna summa delas varje år ut på den Svenska Idrottsgalan till Riksidrottsförbundet och Ungdomsstyrelsen genom en check. Sponsring ger organisationer likt Svenska Spel möjligheten att både stärka sitt varumärke men samtidigt även kommunicera ett budskap till en vald målgrupp.

Ombudet ställde sig tveksam till faktumet att Svenska Spel sponsrar idrottsrörelsen. Denne menade att Svenska Spel sponsrar sig själv mer eller mindre genom att det är idrotten som till stor del utgör grunden för Svenska Spels produkter. Vidare ansåg Ombudet att detta kunde vara ett sätt för Svenska Spel att döva sitt eget samvete. Spelare #2 ansåg att sponsringen i sig var bra och att pengarna gick till ett bra ändamål. Samtidigt menade han likt Ombudet att Svenska Spel gav pengar till sig själv och ansåg att det var en "lönecheck" som delades ut på Svenska Idrottsgalan. Spelare #1 menade att Svenska Spels sponsring var bra och att det var ett bevis på att en del av det du spelar för går till en bra sak. Respondenterna har olika syn på Svenska Spels sponsrings men de flesta anser att det är ett bra socialt ansvar Svenska Spel tar. En naturlig anknytning emellan organisationen som sponsrar och sponsringsobjektet skall leda till att effekten av sponsringen stärks. I Svenska Spels fall tyder svaren från vara respondenter att denna koppling är för stark och då istället har en något negativ effekt.

8. Slutsats

I detta kapitel kommer vi att presentera de slutsatser vi kommit fram till genom analysen av empirin. Avslutningsvis kommer vi även att presentera förslag till fortsatt forskning inom området.

8.1 Slutsatser av undersökningen

Syftet med vår uppsats var att analysera i vilken utsträckning Svenska Spel verkligen tar sitt sociala ansvar utifrån vad de själva anser sig göra samt hur deras intressenter ser på den saken.

Svenska Spel anser att de tar ett socialt ansvar som bör anses tillfredställande. Detta gör Svenska Spel genom att ha tillsatt begränsningar kring spelandet på Internet som spelarna själva kan reglera, uppmana folk till att "spela lagom" och erbjuda en stödlinje för personer med problematiskt spelande. De kontrollerar att ombuden tar sin del av ansvaret, det vill säga ser till att upplysning kring stödlinjen finns tillgänglig i samband med spelprodukterna och att ombudet inte säljer Svenska Spels produkter till minderåriga. Information om att kontroll av ombud kommer att ske finns tillgänglig för ombudet en tid innan dess utförande. Skulle ombudet inte möta Svenska Spels krav på att inte sälja deras produkter till minderåriga ges en varning, vid fyra varningar tas rättigheterna att sälja Svenska Spels produkter ifrån ombudet på begränsad tid. Svenska Spels tillvägagångssätt vid kontroll och att fyra varningar ges innan avstängning förorsakar att regler de anslår inte efterföljs. Genom Svenska Spels spelkort anser de sig även på Internet ta sitt ansvar gällande kontrollen av att minderåriga ej konsumerar deras produkter.

Intressenterna kring Svenska Spel anser att företaget har tagit ett relativt bra socialt ansvar men att brister förekommer. Genom att tillhandahålla snabba spel där insatsen och vinsten ligger nära, vilket är det spelsätt som är mest beroendeframkallande har intressenterna svårt att ta Svenska Spels så kallade ökade ansvarstagande på allvar. Detta är problematiskt för Svenska Spel då en trovärdighet är av vikt i den verksamhet de bedriver. Även kommunikationen mellan de flesta av Svenska Spels intressenter går att ifrågasätta och får anses som bristfällig.

Vår undersökning visar att Svenska Spels intressenter inte har ett hundra procentigt förtroende för Svenska Spel om deras sociala ansvarstagande. Till viss del anses de ta ett bra socialt ansvar men i frågor rörande spelberoende individer anses för lite göras från Svenska Spels sida. Intressenterna menar att Svenska Spel inte satsar tillräckligt med pengar på dem som redan har drabbats. Spel som poker och bingo anser de vara mest farligt då insatsen och vinsten ligger förhållandevis nära varandra och anser att Svenska Spel bör investera mer för att förebygga spelberoende kring denna sorts spel. Vidare anser vi att Svenska Spel skall ta mer kontroll över de spelare som spelar på Internet, inte enbart genom självbegränsning utan även från begränsningar från Svenska

Spels sida. Ombudet anser sig tvingad att försöka få mer individer att spela mer genom att det för hans del handlar om att överleva som företag. Ett sätt för Svenska Spel att föra en mer återhållsam säljstrategi vore att erbjuda ombuden en fast lön. Ifall ombuden hade fast lön skulle de kunna tänka sig föra en mindre aggressiv marknadsföring av Svenska Spels produkter genom att försäljningen då inte skulle vara helt provisionsbaserad. Reklamkampanjen "Spela lagom" som Svenska Spel har just nu är ett steg i rätt riktning men de måste se till att kampanjen efterföljs och inte enbart är en marknadsföringsstrategi med "tomma ord". Sponsringen som Svenska Spel bedriver bland annat till Idrottsgalan och att halva vinsten går till idrottsrörelsen är ett bra socialt ansvarstagande. Vi anser dock sammantaget att Svenska Spel inte enbart skall ta ett bra socialt ansvar externt genom den sponsring de bedriver och den årliga vinsten som genom staten, Riksidrottsförbundet och Ungdomsstyrelsen tillfaller Sveriges befolkning. De bör även ta vad vi vill kallar ett internt socialt ansvar genom att samarbeta mer med ombud, spelare och spelberoende organisationer samt ge ekonomiskt stöd till de organisationer som behandlar spelberoende individer.

8.2 Förslag till Vidare forskning

Eftersom en ny ordförande tillträtt och uttalat sig om att Svenska Spel nu ska flytta fokus "från det kommersiella till socialt ansvarstagande" kan ett framtida forskningsområde kring Svenska Spel vara att analysera om Svenska Spels uttalande om en starkare inriktning på socialt ansvarstagande givit något resultat.

9. Sannings- och äkthetskriterier

För att bedöma en uppsats äkthet och trovärdighet finns det ett antal kriterier att följa. Dessa redogörs under detta kapitel.

9.1 Tillförlitlighet

Tillförlitligheten i en studie handlar om hur väl författarna följt de uppsatta reglerna och på så sätt kan presentera ett resultat som stämmer väl överrens med verkligheten. Genom att använda sig av flera olika datainsamlingsmetoder anses tillförlitligheten i studien öka.¹⁰⁶ Då vi genomförde vår insamling av data använde vi oss av offentlig information från Svenska Spel samt intervjumaterial som insamlats genom personligt möte och över telefon. Respondenterna som intervjuats har haft mångårig erfarenhet av spelande. Genom detta anser vi att studiens tillförlitlighet stärkts.

9.2 Överförbarhet

Överförbarhet i en studie handlar om hur väl det går att applicera studien i andra sammanhang och situationer. Detta bedöms genom studiens beskrivningar och dess genomförande.¹⁰⁷ Vi anser inte att vår studie är överförbar då en stor del av resultatet bygger på personliga åsikter från de respondenter vi hade personlig intervju med och kan därför inte anses vara representativa för hela befolkningen.

9.3 Pålitlighet

För att en studie ska vara pålitlig krävs det att författarna dokumenterat genomförandet tydligt där hela forskningsprocessen framgår detaljerat.¹⁰⁸ Eftersom vi är två författare till denna studie har vi båda granskat varandras arbete och på sätt även ökat pålitligheten. Vi har ansträngt oss till det yttersta för att vårt tillvägagångssätt ska framgå tydligt i metodkapitlet. Vi har genom arbetets gång varit kritiska till de källor vi behandlat och arbetat aktivt för att minska risken att dra slutsatser utifrån vinklad data. Vår handledare har även följt oss under arbetets gång och på så sätt även ökat studiens trovärdighet.

9.4 Konfirmerbarhet

För att en studie ska anses som konfirmerbar bör författarna ha ett objektiva förhållningssätt vid genomförandet av studien och vara medvetna att de personliga uppfattningarna mycket väl kan påverka utfallet. Detta blir svårt då författarna, vid kvalitativ datainsamling har en viss integration med respondenterna.¹⁰⁹ Vi är väl medvetna om att våra egna värderingar kring Svenska Spel kan ha styrt vissa delar av studien men då vi varit aktivt medvetna om detta tycker vi att vi kunnat reducera detta tillräckligt för att inte påverka studiens resultat.

¹⁰⁶ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 306

¹⁰⁷ Ibid., s. 306

¹⁰⁸ Ibid., s. 306

¹⁰⁹ Bryman & Bell (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 307

10. Referenser

Litteratur

AB Svenska Spel (2004) Rent Spel, Konsultkompaniet Sundén, Visby

Bruzelius, Lars H (2004) Integrerad organisationslära., Studentlitteratur, Lund

Bryman, Alan & Bell Emma (2005) Företagsekonomiska forskningsmetoder., Oxford University Press, Oxford

Clark, Jimmy (1995) Sponsring i Mästarklass., CEWE-Förlaget, Bjästa

Crane, Andrew & Matten, Dirk (2007) Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization., Oxford University Press, Oxford

Hagstedt, Per (1987), Sponsring mer än marknadsföring, Ekonomiska forskningsinstitutet, Handelshögskolan, Stockholm

Jiffer, Mikael & Roos, Magnus (1999), Sponsorship a way of communicating, Ekerlid, Stockholm

Larsson, Lars-Åke (2001) Tillämpad kommunikationsvetenskap, Studentlitteratur, Lund

Mbare, Otieno (2004) Corporate social responsibility theory and framework in contemporary. Åbo akademi. Åbo

Mårtensson, Rita (1994): Marknadskommunikation, Studentlitteratur, Lund

Persson, Bengt (2002) Sponsring i offentliga sektorn, Kommentus, Stockholm

Roos, Magnus & Algotsson, Ulrika (1996) Sponsring: ett sätt att sälja. Sellin & partner. Stockholm

Walker, B. Michael (1992) The Psychology of Gambling, Pergamon Press, New York

Windahl, Sven & Signitzer, Benno (1992): Using Communication Theories. An Introduction to Planned Communication. Sage, London

Vetenskapliga artiklar

Carroll, A.B., (1991) The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Journal of Communication Management*, Vol. 7, No.3. pp. 197-208

Morsing, Mette, Schultz, Majken & Nielsen Kasper Ulf, (2007) *The 'Catch 22' of communicating CSR: Findings from a Danish study*, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 14, No.2 pp. 97-111

Podnar, Klement., (2008) Communicating Corporate Social Responsibility, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 14, No.2 pp. 75-81

Internet

CSR Sweden: www.csr.sweden.se

<http://www.csrsweden.se/se/medlemmar/> Hämtad 2008-04-15

Dagens Nyheter: www.dn.se

<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=757912> Publicerad 2008-04-04

Hämtad 2008-04-16

<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=757871> Publicerad 2008-04-04

Hämtad 2008-04-16

<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=147&a=477921> Publicerad 2005-10-22

Hämtad 2008-04-16

Dagens Industri: www.di.se

<http://di.se/Avdelningar/Artikel.aspx?stat=0&ArticleID=2008%5c04%5c21%5c280513>

Publicerad 2008-04-21 Hämtad 2008-04-21

E 24: www.e24.se

http://www.e24.se/samhallsekonomi/artikel_56197.e24 Publicerad 2005-11-25

Hämtad 2008-04-08

Riksrevisionen: www.riksrevisionen.se

<http://www.riksrevisionen.se/templates/OpenDocument.aspx?documentid=4763>

Hämtad 2008-04-07

Spelberoende Riksförbund: www.spelberoende.se

<http://www.spelberoende.se/fakta.html> Hämtad 2008-04-04

<http://www.spelberoende.se/riksforbund.html> Hämtad 2008-05-07

Statens Folkhälsoinstitut: www.fhi.se

http://www.fhi.se/templates/Page_____12675.aspx Hämtad 2008-04-04

http://www.fhi.se/templates/Page_____108.aspx Hämtad 2008-05-07

Svenska Idrottsgalan: www.idrottsgalan.se

<http://www.idrottsgalan.com/index.html> Hämtad 2008-04-28

Svenska Institutet: www.si.se

http://www.si.se/templates/CommonPage_____3693.aspx Hämtad 2008-06-05

Svenska Spel: www.svenskaspel.se

http://www.svenskaspel.se/media/pdf/Riktlinjer_for_marknadsforing.pdf

Hämtad 2008-04-07

<http://www.svenskaspel.se/pl.aspx?PageID=3696&menuid=8&parentid=4314&childid=4575> Hämtad 2008-04-08

<http://www.svenskaspel.se/pl.aspx?PageID=3697&menuid=8&parentid=4314&childid=4576> Hämtad 2008-04-08

http://www.svenskaspel.se/img/omsvs/svspel_samhallsrapport06.pdf Hämtad 2008-04-08

http://www.svenskaspel.se/media/pdf/svspel_ar_2007.pdf Hämtad 2008-04-08

http://www.svenskaspel.se/media/svspel_ar_2006.pdf Hämtad 2008-04-08

Intervjuer

Personlig intervju, Ombudet Utförd 2008-05-14

Personlig intervju, Spelare 1 Utförd 2008-05-05

Personlig intervju, Spelare 2 Utförd 2008-05-16

Telefonintervju, Anders Stymne Utförd 2008-05-07

Telefonintervju, Kim Grahn Utförd 2008-05-12

11. Bilagor

11.1 Frågeformulär till Statens folkhälsoinstitut

1. Vilka/vem har ansvaret över de människor som blir spelberoende?
2. Vem har det största ansvaret gällande spelberoende spelare?
3. I uttalande från bland andra finansminister Anders Borg säger han att Svenska Spel nu skall förstärka sin inriktning mot socialt ansvarstagande och folkhälsa. Tror ni att Svenska Spel kommer att göra detta?
4. Anser ni att Svenska Spel tagit ett bra socialt ansvar fram tills idag och att de har gjort det på ett tillfredställande sätt.
5. Hur anser ni att Svenska Spel marknadsför sina produkter? Informerar de om produkterna och de negativa effekterna som dessa kan medföra eller är det en ren marknadsföring utan vare sig information eller kommunikation med konsumenterna?
6. Hur ser kommunikation och samarbetet ut mellan Statens folkhälsoinstitut och Svenska Spel, anser ni att det fungerar på ett tillfredställande sätt?
7. Anser ni att Svenska Spel har bra kontroll över att inga minderåriga eller icke lämpliga spelare använder/konsumerar deras produkter?
8. Svenska Spels omsättning ökar nästan varje år, detta visar på att spelarna blir fler och spelar för mer. Ökat spelande leder till ökad risk för problem med sitt spelande. Vilket ansvar anser ni att Svenska Spel har gällande problemet med spelberoende?
9. Har ni sett en ökning bland människor med problematiskt spelande de senaste åren genom uppkomsten av Internetpoker och live-betting på TV?
10. Svenska Spel har på sin pokersajt ett verktyg där spelare själv får begränsa i vilken utsträckning det skall spela gällande antal timmar och för hur mycket pengar. Anser ni att detta verktyg fungerar på spelare som redan har utvecklat ett spelberoende?

11.2 Frågeformulär till Spelberoendets Riksförbund

1. Vilka/vem har ansvaret över de människor som blir spelberoende?
2. Vem har det största ansvaret gällande spelberoende spelare?
3. I uttalande från bland andra finansminister Anders Borg säger han att Svenska Spel nu skall förstärka sin inriktning mot socialt ansvarstagande och folkhälsa. Tror ni att Svenska Spel kommer att göra detta?
4. Anser ni att Svenska Spel tagit ett bra socialt ansvar fram tills idag och att de har gjort det på ett tillfredställande sätt.
5. Hur anser ni att Svenska Spel marknadsför sina produkter? Informerar de om produkterna och de negativa effekterna som dessa kan medföra eller är det en ren marknadsföring utan vare sig information eller kommunikation med konsumenterna?
6. Hur ser kommunikation och samarbetet ut mellan Spelberoendets Riksförbund och Svenska Spel, anser ni att det fungerar på ett tillfredställande sätt?
7. Anser ni att Svenska Spel har bra kontroll över att inga minderåriga eller icke lämpliga spelare använder/konsumerar deras produkter?
8. Svenska Spels omsättning ökar nästan varje år, detta visar på att spelarna blir fler och spelar för mer. Ökat spelande leder till ökad risk för problem med sitt spelande. Vilket ansvar anser ni att Svenska Spel har gällande problemet med spelberoende?
9. Har ni sett en ökning bland människor med problematiskt spelande de senaste åren genom uppkomsten av Internetpoker och live-betting på TV?
10. Svenska Spel har på sin pokersajt ett verktyg där spelar själv får begränsa i vilken utsträckning det skall spela gällande antal timmar och för hur mycket pengar. Anser ni att detta verktyg fungerar på spelare som redan har utvecklat ett spelberoende?

11.3 Frågeformulär till ombudet

1. Anser du att Svenska Spel fram tills idag har tagit ett bra sociala ansvar?
2. I uttalande från bland andra finansminister Anders Borg säger han att Svenska Spel nu skall förstärka sin inriktning mot socialt ansvarstagande och folkhälsa. Tror du att detta kommer ske?
3. Hur anser du att Svenska Spel marknadsför sina produkter? Informerar de om produkterna och de negativa effekterna som dessa kan medföra eller är det en ren marknadsföring utan information och kommunikation med konsumenterna?
4. Vad tror du är viktigast för Svenska Spel, bra socialt ansvarstagande eller hög vinst?
5. Hur ser externa kommunikationen och informationen ut mellan dig och Svenska Spel gällande regler, policy och så vidare?
6. Vilka regler och riktlinjer har getts till dig som ombud som säljer Svenska Spels produkter förhindra uppkomsten av problematiskt spelande?
7. Tror du att Svenska Spels ombud kontrollerar så att inga minderåriga eller icke lämpliga spelare konsumerar era produkter?
8. Har du någon gång nekat en person att "spela" genom att det rör sig om för stora summor och du har direktiv från Svenska Spel att inte tillåta det?
9. På denna Svenska Idrottsgalan delas checkar ut till Riksidrottsförbundet och Ungdomsstyrelsen varje år. Vad anser du om detta?
10. Anser du att man kan se om en människa är spelberoende kontra att den spelar mycket. Finns det någon hos dig som du anser vara en spelberoende person?
11. Har spelandet ökat under din tid som ombud?
12. Har du någon gång blivit kontrollerad av Svenska Spel?
13. Vilket ansvar anser du att Svenska Spel har rörande spelberoendefrågan?

11.4 Frågeformulär till spelarna

1. Anser du att Svenska Spel fram tills idag har tagit ett bra socialt ansvar?
2. I uttalande från bland andra finansminister Anders Borg säger han att Svenska Spel nu skall förstärka sin inriktning mot socialt ansvarstagande och folkhälsa. Tror du att detta kommer ske?
3. Hur anser du att Svenska Spel marknadsför sina produkter? Informerar de om produkterna och de negativa effekterna som dessa kan medföra eller är det en ren marknadsföring utan information och kommunikation med konsumenterna?
4. Vad tror du är viktigast för Svenska Spel, bra socialt ansvarstagande eller hög vinst?
5. Har du upplevt att Svenska Spel reglerat och noga kontrollerat spelandet?
6. Tror du att Svenska Spels ombud kontrollerar så att inga minderåriga eller icke lämpliga spelare konsumerar Svenska Spels produkter?
7. Har du någon gång blivit nekad att "spela" genom att det rör sig om för stora summor?
8. Har du någon gång känt att det finns något hinder att spela från Svenska Spels sida
9. På den Svenska Idrottsgalan delas checkar ut till Riksidrottsförbundet och Ungdomsstyrelsen varje år. Vad anser du om detta?
10. Vilket ansvar anser du att Svenska Spel har rörande spelberoendefrågan?