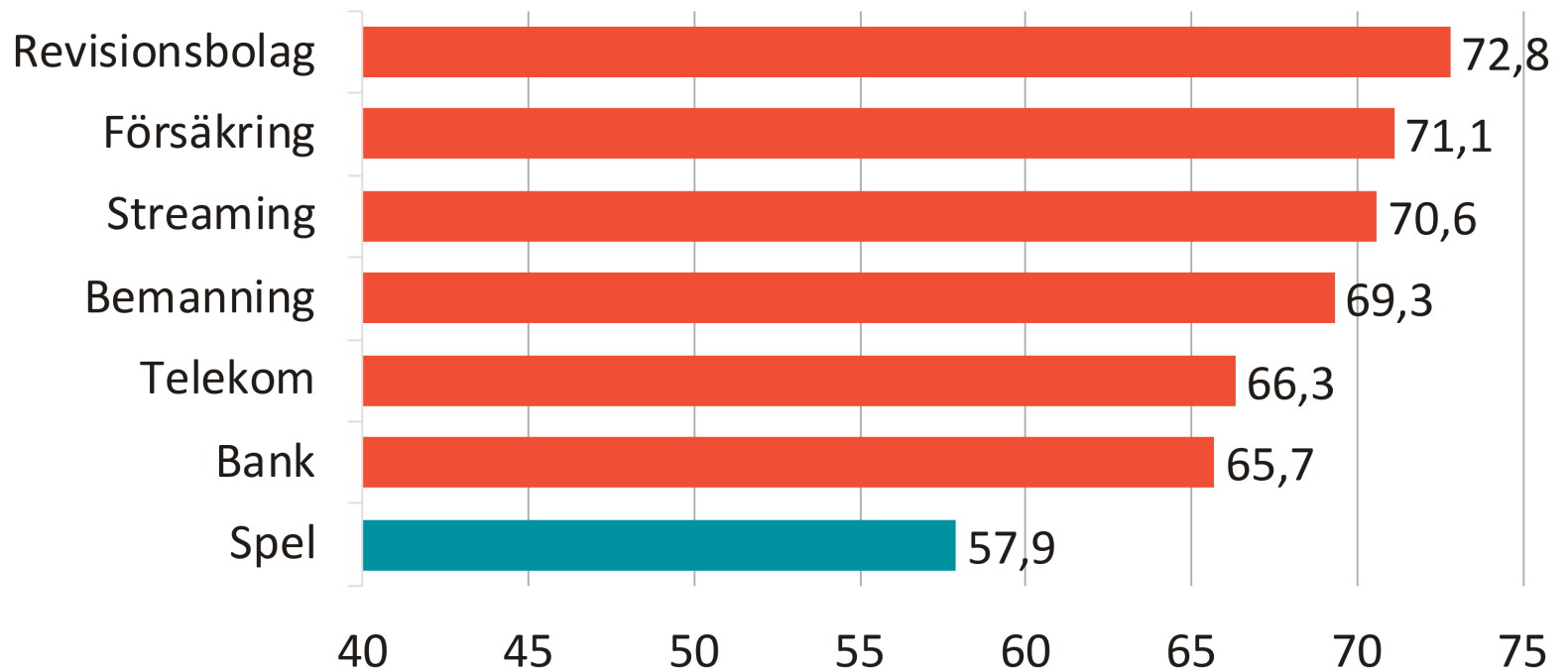


SKI kundnöjdhet spel jämfört med andra branscher 2019



©Svenskt Kvalitetsindex

Generellt sett har branscher och företag som får betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

2019-12-04 06:00 CET

Spelbranschen förändras men har fortsatta utmaningar

I oktober genomförde Svenskt Kvalitetsindex sin årliga mätning av kundnöjdhet och anseende inom spelbranschen på uppdrag av Spelbranschens Riksorganisation (SPER). Även i år får branschen som helhet jämförelsevis låga betyg på kundnöjdhet, förtroende och anseende även om resultaten förbättrats något jämfört med föregående år.

Hos de respondenter som inte spelar alls – alltså en möjlig framtida

kundgrupp – är branschens anseende på fortsatt mycket låga nivåer. Ny lagstiftning med bland annat hårdare krav på måttfull spelreklam tycks ännu inte ha påverkat allmänhetens syn på spelbranschen i någon betydande omfattning.

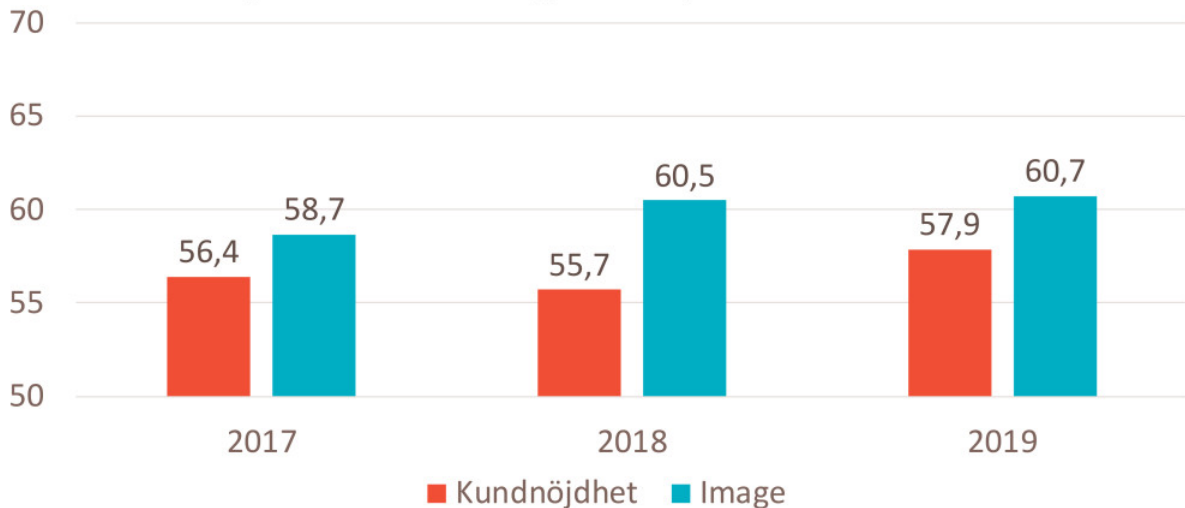
Den svenska spelbranschen påbörjade en stor förändring vid årsskiftet. Ny lagstiftning implementerades, Lotteriinspektionen blev Spelinspektionen, det blev licenspliktigt att verka i Sverige och reglerna för exempelvis marknadsföring stramades åt. Under året har den publika debatten mellan olika intressenter i branschen periodvis varit intensiv. Ansvarig minister har också vid flera tillfällen kritiserat branschen och efterlyst en större återhållsamhet när det gäller spelreklam. Denna transformation har dock ännu inte påverkat spelbranschens anseende i någon betydande omfattning, även om en försiktig uppgång kan noteras i årets studie.

– Vi noterar att branschen är inne i en stor förändring. Den generella nivån på såväl nöjdhet som förtroende för branschens aktörer ökar något men är fortsatt på en nivå som inte kan anses acceptabel över tid, säger Johan Parmler vd på Svenskt Kvalitetsindex. Vissa skillnader finns dock mellan olika aktörer och spelformer, där spel på sport i allmänhet och hästar i synnerhet har högst nöjdhet och anseende. Men det finns mer arbete att göra.

Är förtroendet för branschen på väg att stärkas?

För tredje året i rad konstaterar Svenskt Kvalitetsindex att kundernas nöjdhet och allmänna förtroende för spelbranschen behöver öka för att anses vara på en långsiktigt stabil nivå. Samtidigt kan konstateras att såväl nöjdhet som anseende ändå förbättrats. Kan ett trendbrott vara på väg?

SKI kundnöjdhet och image för spelbranschen 2017-2019



©Svenskt Kvalitetsindex 2019

– Vi ser att branschens siffror stiger något från låga nivåer. Det är alldeles för tidigt att utropa någon seger, men möjligen håller det generella förtroende för branschen på att stärkas. Framtida mätningar får visa om detta är en stabil trend, konstaterar Johan Parmler som samtidigt understryker att förtroendet bland de respondenter som inte spelar är fortsatt oacceptabelt svagt. Branschen beskrivs fortfarande med ord som pengar, reklam, lurendrejeri och beroende.

Branschens image byggs av aktörerna

Svenskt Kvalitetsindex noterar också en fortsatt måttlig kännedom om den nya lagen hos studiens respondenter, trots att den trädde i kraft vid årsskiftet. Häften av respondenterna har svarat att man hört talas om lagstiftningen men endast tre av tio tror att lagstiftning kommer att bidra till att spelbranschen bedrivs på ett mer sunt och säkert sätt.

– Vi vet att regler och lagstiftning inte av sig självt bygger kundernas förtroende. Detta måste istället komma från branschens aktörer, säger Johan Parmler. Det är dock ingen omöjlig uppgift, men kan ta tid. Genom åren har vi sett att såväl branscher som enskilda aktörer stärkt sin position genom ett långsiktigt förbättringsarbete. Men det gäller att vara uthållig och jobba systematiskt med imagestärkande åtgärder.

Spelpaus och problemspelande

Spelpaus är ett verktyg från Spelinspektionen som ger spelare en möjlighet att stänga av sig från olika spelplattformar. I denna studie anger 3% av de respondenter som spelar att det stängt av sig i Spelpaus, men att man fortsätter spela ändå. Hälften av dessa anger dessutom att man spelar varje vecka eller oftare. Närmare hälften anger att man anser att man spelar för mycket.

– I den allmänna debatten låter det ibland som att lagstiftning och verktyg som Spelpaus löser stora spelproblem. Jag tror inte att det är så enkelt, säger Jenny Nilzon, vd för SPER. Tvärtom tyder vår studie på att spelare som stänger av sig i Spelpaus både fortsätter att spela och dessutom upplever att man spelar för mycket. Det är förvisso osäkra siffror från ett litet underlag, men ändå en indikation som förtjänar att tas på stort allvar av oss.

Denna studie ställer också frågor kring problemspelande. 5% av de 1 000 respondenter som spelar anger att man tycker att man spelar för mycket vilket är en ökning med en procentenhet från fjolåret. Endast 27% anser att den nya lagstiftningen bidragit till att skydda spelkonsumenter från ett riskfyllt spelbeteende.

– Problemspelande är branschens största utmaning, det är ingen tvekan om det. Det är naturligtvis också bekymmersamt att få känner till och har förtroende för den nya lagstiftningen, men det är samtidigt inte lagar och regelverk som ska fixa detta. Förändringen måste komma inifrån. De aktörer som vill jobba med spelansvarsfrågan och branschens anseende måste fortsätta att gå längst fram och visa att det går. Det finns ingen annan väg. fortsätter Jenny Nilzon.

Förändring tar tid

Resultatet visar att det samlade betyget för spelbranschen hamnar på 57,9 på en skala från 0 till 100, vilket är två indexenheter högre än den mätning som genomfördes 2018. Enligt SKI:s mätmodell innebär ett index under 60 att man har en generellt låg kundtillfredsställelse och svårt att attrahera nya kunder, således ligger spelbranschen kvar på en generell nivå som inte är långsiktigt hållbar.

– Årets resultat visar framförallt att förändring tar tid. Jag noterar att branschens siffror är fortsatt låga, men väljer ändå att se positivt på den lilla förbättring som vi ser. Vi vet att vi har ett anseende som inte är hållbart och

det blir tyvärr inte bättre av en publik debatt som främst handlar om spelproblem och aggressiv marknadsföring. Men vår bransch håller på att samlas och tar dessa frågor på mycket större allvar än tidigare. Jag är övertygad om att det kommer att leda till en reell förändring, avslutar Jenny Nilzon.

Not, om studien

Undersökningen genomfördes mellan 16 oktober-7 november 2019 via en webbaserad datainsamling ur ett demografiskt representativt urval om 1 500 respondenter, varav 1 000 angett att de spelar regelbundet.

Kundinsikter för en hållbar framtid.

Kontaktpersoner



Johan Parmler

Presskontakt

VD

johan.parmeler@kvalitetsindex.se

0731517598