

Motion till riksdagen 2005/06:Kr369

av **Leif Björnlod (mp)**

Effekter av spelbolagens marknadsföring

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som i motionen anføres om ett omedelbart och totalt förbud för marknadsföring av spel om penningar.

Motivering

Låt oss kalla henne Susanna. Hon hade sorterat alla månadens räkningar och börjat mata in uppgifterna i sin dator. Susanna är en modern människa och betalar sina räkningar via Internetbanken. Utgifterna uppgår den här månaden till 15 000 kr. Det är nästan precis så mycket som hon fått in på sitt lönekonto. Det skulle inte bli mycket över att leva på den här månaden. Semestern hade kostat lite för mycket. Kanske bäst att handla först så att det nödvändigaste fanns hemma. Toapapper, tandkräm och hygienartiklar förfars ju inte, maten fick väl lösa sig efter hand. Ris köpte hennes man i tiokilossäckar och lite kryddor och grönsaker skulle hon nog kunna köpa under månaden. Grönsakerna är ganska billiga ute på förortstorget.

Susanna tog t-banan in till Hötorget innan hon hade tryckt på ”sänd”-knappen på datorn. På PUB skulle hon handla, förutom hygienartiklar, ett par nya byxor till Aliza, som just fyllt sju år och ska börja skolan. Lite grönsaker skulle hon köpa på torget, där hon har en del bekanta bland torgförsäljarna och kunde handla till kompispriser.

I stället för att byta t-bana vid T-centralen och åka direkt till Hötorget, valde Susanna att gå från T-centralen. Hon ville titta i affärerna på Vasagatan och på Kungsgatan. I korsningen mellan just Vasagatan och Kungsgatan gjorde Susanna fel val! I stället för att svänga till höger, korsade Vasagatan och gick Kungsgatan norröver, valde Susanna att svänga väster och med nervöst snabba steg gick de 30 meterna till Casino Cosmopol. Kanske skulle hon kunna vinna ett par tusenlappar att dryga ut hushållskassan med.

Fel! Okänt namn på

På mindre än två och en halv timme, hade Susanna spelat bort alla pengarna som hon haft på kontot. Susanna hade köpt månadskort och det gällde i två dagar till, så hon kunde komma hem men utan hygienartiklar och nya byxor till lilla Aliza.

Hur Susanna klarade augusti månad vet jag inte, men jag antar att hon sitter vid Robin Hoodapparaten den 25 september – igen! Hennes man vet inte att hon spelar och förstår inte att Susanna inte kan lära sig att hushålla. Räkningarna blev inte betalda den här månaden, heller...

Han hade ett system. Han kunde inte förlora. Men det gjorde han. Han ville ha igen pengarna och han krävde det, med hög röst. Allt spel gjorde liksom en paus och sorlet tystnade. Roulettekulans rassel var det enda som hördes. Alla tittade bort mot Black Jack-bordet.

Han hade lyft högra handen mot sin hals, och det såg ut som om han höll en kniv eller något annat vasst mot halspulsådern. Han skrek något. Det var svårt att uppfatta exakt vad han sade, men desperationen och det hotande i rösten var inte att ta miste på.

Vakterna och säkerhetspersonal närmade sig honom från flera håll. På mindre än femton sekunder övermannades han och bars ut, till synes medvetlös, av fyra män i grå kostymer och med vita sladdar i örat. I några minuter var stämningen lite tryckt i kasinohallen, men snart hördes rasslet från roulettakulan.

I vaktrummet vid entrén fanns en mycket olycklig människa. Just nu pågår en polisundersökning som skall utreda vilket brott han har gjort sig skyldig till utöver desperat förtvivlan och hot att ta sig själv av daga.

Hans brott är att han förlorat sig till speldjävulen. Han har gått på den stenhårda reklam som talar om snabba pengar och stora vinster, och man kan verkligen fråga sig om det inte finns en anstiftare till hans brott eller rent av en medbrottsling eller flera.

Den alltmer intensiva reklam där inte minst Svenska Spel är framträdande har naturligtvis effekt. Effekten som avses är att alltfler spelar mer.

I Svenska Spels bok som utgivits tillsammans med Spelinstitutet, "En bok om värdeautomatspel" står det i inledningen: "Svenska Spel har tillsammans med svensk restaurangnäring och landets bingohallar utvecklat värdeautomatspelen Jack och Miss Vegas på ett mycket lyckosamt sätt. Idag är de Sveriges största spel." Det avslöjar den cyniska attityden som driver spelmarknaden. De sociala konsekvenserna och de enskilda tragedier som man kan se är bara toppen på ett isberg.

Kasinot inbjuder företag och olika personalgrupper att komma på introduktionsbesök.

Man får en middag och en liten påse med spelmarker, några roliga historier som underhållning till desserten och historien om den kvinnliga besökaren som kom liksom gästerna och gick ifrån kasinot med en vinst på 70 000 kr. Det går ett sus av en blandning av avundsjuka och beundran bland kvinnorna runt bordet. De är i de flesta fall kvinnor som är inbjudna.

Männen kommer ändå. Det sitter runt pokerborden en trappa upp och mäter sina manliga krafter med Ess och Kungar och sitt stenhårda pokerface, förstås. En och annan kvinna hanterar korten som en hel karl!

Fel! Okänt namn på

Macho-Måndag är dagen för pokerpojkarna som står i kö för att betala in sina insatser till pokerbordet, förmodligen inspirerade av pokerprogrammen i tv och de specialtidningar om pokerspel som numera finns i varje välsorterad tidningsaffär.

Vad som är än mer anmärkningsvärt är att Casino Cosmopol, som är helstatligt ägt, vid åtminstone ett tillfälle gratis delat ut tidningen Poker Magazine som marknadsför utlandsägda spelföretag. Helt nyligt fälldes flera ansvariga utgivare för att ha brutit mot lotterilagen genom att publicera utländska spelannonser. Hur kan då Casino Cosmopol tillåtas främja utländska spelbolags verksamhet?

Annonsering och marknadsföring av spel i olika former har överrumplat samhället. Alltför många fångas av drömmen om att vinna stora pengar. För de spelberoende handlar det dock inte om att bli rik bara att vinna mer pengar så att de kan fortsätta spela. Spelet är drogen, inte vinsten – hur besynnerligt det än kan låta.

De som bestämt sig för att sluta spela drabbas av spelarrangörernas nästan bedövande marknadsföring, och många faller tillbaka i spelberoende till stor olycka för den spelberoendes omgivning. En åtgärd för att öka chansen för de spelberoende att bryta sitt destruktiva mönster vore att minska den hårdföra marknadsföringen via annonser och tv-program.

Det finns i dag ett förbud för utländska spelbolag att marknadsföra sig i Sverige. Det borde gälla även de svenska spelbolagen.

Stockholm den 4 oktober 2005

Leif Björnlod (mp)