

Enskild motion

Motion till riksdagen 2016/17:1351

av **Hanna Wigh (SD)**

Reglering av annonseringen för nätkasino

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa ett striktare regelverk för marknadsföring av nätkasino och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Samhället blir idag överöst med budskap från diverse nätkasino, det ena budskapet mer fantasifullt och lockande än det andra. Minifilmer med skådespelande människor som illustrerar ett liv efter att de vunnit storvinsten och lever lyxliv, upptäcker fantastiska platser, kör snabba bilar och exploaterar vackra kvinnor prånglas ut i tv-sändningarna i form av reklam med löftet om att det kan bli ditt liv om du spelar på deras nätkasino.

Dessa nätkasino utger sig för att vara välgörare som så gärna vill hjälpa människor att vinna stort att de ger bort bonusar och vinstchanser ”alldeles gratis”. Det är budskapet, även om det inte är med sanningen överensstämmande. I verkligheten handlar det om intet annat än luredrejeri och ett rovdjurslystet girigt profiterande på ofta redan utsatta människor.

Som konsument är det praktiskt taget omöjligt att försöka undvika alla dessa nätkasino då de söker nya kunder överallt, på tv, radio, internet, i din brevlåda, i tidningar och stora affischer för att nämna några av deras vanligare marknadsföringskanaler. En person som tidigare lidit av spelberoende eller befinner sig i riskzonen att bli spelberoende blir därmed ett lätt byte för dessa företag. Spelberoende är något som ödelägger många människors liv, ekonomi och yrkesliv och hela familjer.

Att alkohol är hälsoskadligt och att dess marknadsföring måste regleras är det nog få som motsäger idag. Studier talar sitt tydliga språk om att alkoholreklam som riktas mot särskilda målgrupper och framställs som något spännande, äventyrligt eller vad det nu är som tilltalar den utpekade målgruppen icke är önskvärt då det ökar alkoholkonsumtionen. Självklart gäller detsamma för hur nätkasino marknadsför sina spel och den effekt det har på människor.

Alkoholreklam förses med varningstexter och dess utformning är kraftigt reglerad. Att försöka föreställa sig hur alkoholreklam skulle kunna se ut om de annonserade så som nätkasinon gör idag ger perspektiv på det samhällsproblem som spelreklam utgör.

Föreställ er en utarbetad, uttråkad person som kommer hem till en stökig lägenhet en slaskig vinterdag och håller upp ett glas med starksprit för att magiskt förflyttas till en exotisk strand med snygga festande människor. Eller tobaksreklam med en stressad småbarnsmamma på väg hem med skrikiga barn i ena handen och en arg chef i telefonen. Hon tänder en cigarett, drar ett djupt bloss samtidigt som hon upptäcker att hon plötsligt befinner sig i en magisk regnskog av lugn. Den formen av marknadsföring skulle idag anses helt oacceptabel och aldrig få nå konsumenterna. Ändå fortsätter nätkasinon dagligen att pumpa ut budskap som dessa blandat med miljardärliv och pratande älgar om vartannat.

Ovanstående exempel handlar enbart om själva profileringen av produkten och inte det lurendrejeri som oftast bakas in i reklamerna för nätkasinon.

Att ett tobaksföretag skulle erbjuda gratis smakprov eller att Systembolaget skulle utlova en extra flaska vin för varje flaska som köps är otänkbart. Ändå är det fullt tillåtet för nätkasinon att locka med så kallade ”freespins”, ”insättningsbonusar” och ”välkomstbonusar”.

Spelmissbruk startar samma belöningsystem i hjärnan som tobaks- eller alkoholberoende. En spelmissbrukare förlorar inte sällan genom sitt beroende relationer, ekonomi och arbete då jakten på pengar dominerar dennes tillvaro.

Den skamlösa vilseledande annonsering nätkasinon överöser samhället med leder till ohälsa, ekonomisk misär, trasiga familjer, ökad kriminalitet och är ett växande folkhälsoproblem. Med detta i åtanke är det ytterst viktigt att nätkasinon åläggs liknande regler för annonsering som alkoholproducenter svarar under.

Reklam för nätkasinon ska innehålla en varningstext och information om var personer med problematiskt spelbeteende kan söka hjälp. Annonseringen ska uppvisa produkten och får ej kopplas till personer, attribut, livsstil eller en förskönande bild. Reklamen för nätkasinon ska ej få sändas på tv eller radio. Det är även av yttersta vikt att reklamen ej riktas till personer under 25 år. Dagens reklam för nätkasinon är ofta färgglad, animerad, uppbyggd kring uppbyggda lyxliv och med ungdomlig musik. Det gör nätkasinon attraktiva för barn och ungdomar som lättare luras in och tryggar framtidens kundbas för företagen, därför är det viktigt att vidta åtgärder skyndsamt.

Hanna Wigh (SD)