

**Til:**

Landets politikere, fagpersoner og andre interesseret

**Udarbejdet af:**

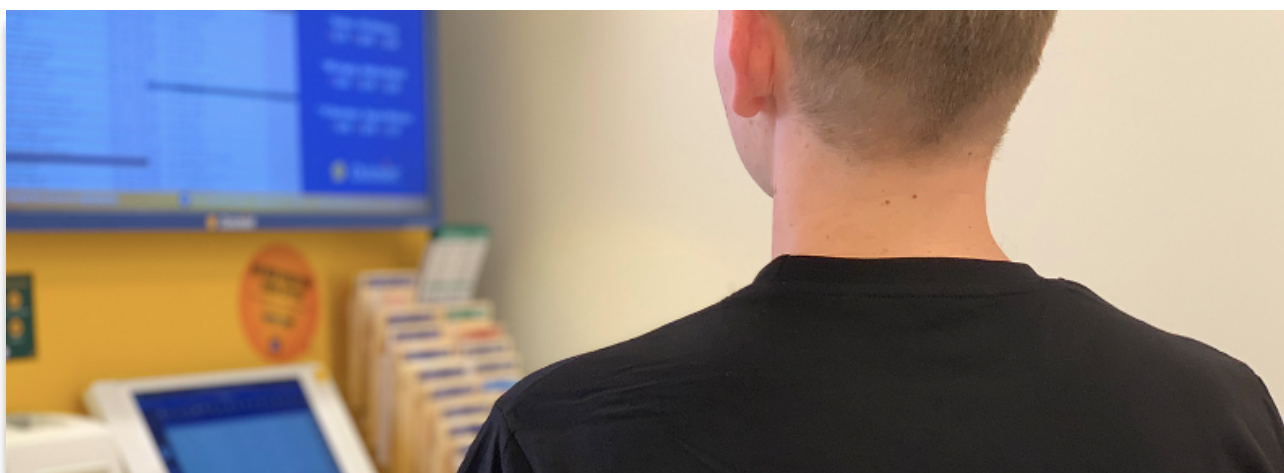
Marcus Mossalski Nielsen

**Dato:**

Juni 2022

RAPPORT AF RAPPORTEN...

**KOMMENTARER OG SPØRGSMÅL TIL**  
**"PRÆVALENSUNDERSØGELSE AF PEN-**  
**GESPIL OG PENGESPILSPROBLEMER I**  
**DANMARK 2021"**



## Indholdsfortegnelse

<b>1. INDLEDNING.....</b>	<b>3</b>
<b>2. AFSENDER OG FORMÅL AF DENNE RAPPORT.....</b>	<b>3</b>
<b>3. METODE .....</b>	<b>4</b>
NATIONAL SURVEY TIL 10.000 VOKSNE OG 5.000 BØRN OG UNGE .....	4
SURVEYEKSPERIMENT OM REKLAMEPÅVIRKNING MED 1510 PERSONER .....	4
30 KVALITATIVE INTERVIEWS MED PERSONER MED SPILLEPROBLEMER .....	5
LABORATORIEEKSPERIMENT OM REKLAMEPÅVIRKNING MÅLT MED 29 PERSONER.....	6
DELKONKLUSION .....	6
<b>4. SAMFUNDSUDVIKLING FOR PENGESPIL .....</b>	<b>7</b>
<b>5. UDBREDELSE AF PENGESPILPROBLEMER I DANMARK.....</b>	<b>7</b>
<b>6. HVEM HAR PROBLEMER MED SPILAFHÆNGIGHED?.....</b>	<b>8</b>
SELVMORD.....	10
REKLAMERS PÅVIRKNING .....	11
<b>7. GAMING OG SPILAFHÆNGIGHED .....</b>	<b>13</b>
<b>8. MINE FORSLAG TIL LOVGIVERNE .....</b>	<b>14</b>
1. FORBUD MOD SPILREKLAMER.....	14
2. FLERE PENGE TIL FOREBYGGELSE OG FORSKNING .....	14
3. FORBUD MOD LOOTBOXES .....	15
<b>9. LITTERATURLISTE .....</b>	<b>16</b>

## 1. Indledning

I maj måned 2022 blev en længeventet rapport fra Spillemyndigheden offentliggjort. En rapport der har ladet vente på sig, for en masse politikere, fagpersoner og andre interesseret, herunder mig. Gambling industrien buldrer derudaf, og vi har manglet konkrete tal der lige præcis beviser dette. Det har vi nu. Det kaster selvfølgelig også en masse forventning med sig, eksempelvis er der nu en bred forventning om et indgreb af politisk karakter. Især med henblik på beskyttelsen af børn & unge, som lige nu lever i et land, hvor markedsføringen og synligheden af spil får frit løb.

## 2. Afsender og formål af denne rapport

Denne rapport skal læses i sammenhæng eller efter den egentlige rapport: "PRÆVALENSUNDERSØGELSE AF PENGESPIL OG PENGESPILSPROBLEMER I DANMARK 2021", som er udarbejdet af Rambøll, udgivet d. 24. maj 2022. Denne rapport har ikke til hensigt at påpege unødigt kritik eller på anden vis fremlægge allerede fremviste tal og pointer. Det danske spilmarked og især den afhængighed lidelse som desværre følger med, ludomani – er så kompleks en størrelse at selv ikke førnævnte rapport er dækkende for samfundsproblematikken og fortjener derfor flere vinkler og eftersyn. Netop det, er denne rapport et forsøg på.

Det vurderes i øvrigt, at netop denne rapport bør blive taget seriøst og anses som en yderst vigtig kilde, når vores lovgiver skal tage stilling til problemstillingen. Den kan dog på ingen måder stå alene.

Rapporten er udarbejdet alene af Marcus Mossalski Nielsen. Den er ikke finansielt støttet af nogen foreninger, virksomheder eller politiske organisationer.

*"Jeg betegner mig selv som spilfri ludoman, og har afholdt mig fra alle typer pengespil siden d. 31. januar 2019. Jeg er dermed en af de få, der har fundet en længevarende løsning uden for livet som aktiv ludoman. Siden har jeg taget rundt i landet og holdt foredrag omkring ludomani og fortalt min egen historie, og deltaget i foreningsarbejde for at sætte området på den politiske dagsorden. Jeg har ingen økonomiske eller statusorienteret formål med mit arbejde. Det eneste der driver mig, er at hjælpe fremtidige generationer, med præcis den sygdom som jeg frygter, bliver et alt for stort tema i fremtiden, hvis udviklingen fortsætter - nemlig ludomani."*

"PRÆVALENSUNDERSØGELSE AF PENGESPIL OG PENGESPILSPROBLEMER I DANMARK 2021", som er udarbejdet af Rambøll, udgivet d. 24. maj 2022 omtales som "Rapporten".

### 3. Metode

Rapportens metoder, vurderes ikke til at efterleve de krav der var til den på forhånd. Spilafhængighed er en kompleks størrelse, og som rapporten også selv påpeger skal der flere undersøgelser og mere underbyggende data til. Rapportens konklusioner kan langt hen ad vejen godkendes. Men det er ærgerligt at man ikke formår at skabe et større billede af ludomani, og især reklameres påvirkning.

Bemærk at metode-afsnittet ikke omhandler denne rapports metode. Men metoderne valgt i prævalensundersøgelsen.

#### National survey til 10.000 voksne og 5.000 børn og unge

Den nationale survey, hvor man spurgt 10.000 voksne og 5.000 børn og unge har sin berettelse, og selve spørgeskemaet modtager heller ikke nogen kritik. Dog undres det, at der kun er spurgt 10.000 voksne. Flere gange i rapporten fremgår det, at man mangler statistisk sikkerhed, for at kunne drage visse konklusioner. Eksempelvis når det kommer til voksne med alvorlige pengespilproblemer, hvor der bliver indikeret en stigning, men det kan ikke konstateres som en signifikant stigning.

*"Det er værd at mærke bemærke, at når en stigning på 0,3 procentpoint i andelen af personer, som har alvorlige pengespilproblemer, ikke er signifikant, så kan det skyldes, at 2021-undersøgelsen har få respondenter til at kunne identificere forskellen med tilstrækkelig sikkerhed"*

Der herskes hermed tvivl om, hvorvidt om der er foretaget en repræsentativ stikprøve. Tilsvarende kan det tilføjes, at ifølge rapportens 6. kapitel omhandlende Norge og Sverige, var der var over dobbelt så mange respondenter fra Sverige, på trods af en lavere svarprocent. I Norge var det hele 9248 man fik samlet besvarelser fra – også med en lavere svarprocent. Det tegner et billede af, af man i Danmark ikke har spurgt særlig mange, og derfor ønsker denne rapport svar på:

#### Hvorfor har man kun spurgt 10.000 voksne?

Dertil liggende er der en undren over fravalget af NODS. Det kan læses i rapportens bilag at fravalget skyldes en frygt for at spørgeskemaet blev for langt. Og svarprocenten dermed havde været lavere. Dette hænger dog fint sammen med forrige spørgsmål. Dette kunne man komme til livs ved at spørge flere, og det havde samtidig givet en mere nøjagtig præcisering af hvor mange ludomaner vi er i Danmark – og det havde samtidigt gjort sammenligningen og udviklingen endnu nemmere. Dog skal det benævnes, at denne rapport ikke vil kritisere prioritering af PGSI frem for NODS.

#### Surveyeksperiment om reklamepåvirkning med 1510 personer

Surveyeksperimentet hvor man har spurgt 1510 personer omkring reklamer, stilles der ydermere spørgsmålstegn ved. De fleste reklamer har en påvirkning i underbevidstheden, og det vil være naivt og tro at det ikke også gjorde sig gældende for bettingreklamerne. Rapporten benævner selv, at 81% af danskerne ikke føler sig påvirket af bettingreklamerne, hvoraf det derfra må antages at 19% gør. Bettingsselskaberne er danmarksmestre i markedsføring, og INGEN anden branche bruger så massiv

en markedsføring som de danske spiludbydere. Det vil med andre ord, være utopi og tro, at der blev brugt så mange penge, hvis det kun ramte 19% af danskerne. Så hele princippet i at spørge folk om et spørgeskema, omkring reklameres påvirkning er ikke gennemtænkt. Reklamer påvirker vores underbevidsthed, og det ikke noget vi kan spørge os ud af ved hjælp af spørgeskemaer. Generelt er selvrapporteret data omkring reklamer et redskab med en masse faldgruber og med stor usikkerhed. DERFOR: Vurderes det at denne del af rapporten helt bør at blive overset, og kan ikke betragtes som gyldig eller seriøs i nogen form for politisk forhandling, med mindre det netop lige præcis skulle være for at fremme netop belyste pointe. Det kunne nemlig konstanteres i resultaterne, at dem der havde set reklamen, efterfølgende "åbenbart" havde mindre trang til spil – end dem der ikke havde. Rapportens bilag siger selv følgende om dette:

*"Dette går stik imod vores forventning og skulle altså tyde på, at reklamen virker mod sit formål. Dette kan være udtryk, at man som respondent i et spørgeskema gerne vil vise, at man ikke er til falds for reklamer, og at man derfor i højere grad vurderer, det er usandsynligt, at man vil spille pengespil. Som det ses ovenfor, er det nemlig særligt blandt dem, der spiller meget, at der er stor forskel på grupperne i vurderingen. Måske har denne gruppe af folk, der spiller meget, et større behov for at udvise kontrol over deres spil overfor andre og sig selv og for at demonstrere, at de ikke kan påvirkes af reklamer til at spille pengespil."*

Ydermere stilles der en undren over valget af reklamen. Den valgte reklame: "Guess Who" er ikke en aggressiv reklame, der eksempelvis forslår et konkret spil, som spilleren kan spille på, typisk få sekunder før en konkret fodboldkamp fløjtes i gang. Hvordan havde resultatet været, hvis man havde spurgt 500 fodboldinteresserede, inviteret dem til Champions League kamp – og viste dem et reelt odds, som de havde muligheden for at spille på – med det samme. Især når man tænker på rapportens egen kritiske vinkel til valget, og at man gerne "vil have været hjemme i sofaen" – så kunne man havde gjort det på en anderledes og mere præcis måde.

Rapporten skriver selv følgende i bilag 1:

*"Det kunne være interessant at komme endnu tættere på spillerne i det øjeblik, de eksponeres for en spilreklame "naturligt" med fx biometriske målinger. Det kunne eksempelvis være en fodboldkamp, hvor man hjemme i sofaen fik målt sin puls eller hjerterytme på en måde, som man ikke ellers lagde mærke til."*

### 30 kvalitative interviews med personer med spilleproblemer

De 30 kvalitative interviews fortjener stor ros, og må absolut betragtes som gyldige. Her får man netop nogle af de ting frem, som et spørgeskema ikke kan. Spilafhængighed er en afhængighed og store, dybe følelser. Derfor også en stor ros til valg af tematikker forud for interviewene.

Det er min vurdering, at disse interviews bør tages meget alvorligt.

## Laboratorieeksperiment om reklamepåvirkning målt med 29 personer

Også her stilles der undrende spørgsmål over hvorfor man har valgt at måle svedproduktion i håndfladen og hjerterytmen. Hvilken forudindtages havde man, siden man netop valgte dette værktøj, og eksempelvis ikke undersøgte dopamin udløsning i hjernen, som må betragtes som mere relevant – og som andre udenlandske undersøgelser har gjort, i øvrigt også med et andet resultat.<sup>1</sup> Det har ikke været mulig at læse sig til en egentlig begrundelse for valget af disse to ting i laboratorieeksperimentet.

Ydermere havde det også været et markant mere præcist resultat, hvis man havde (hvis muligt) målt testpersonerne, mens de netop sad i trygge rammer hjemme i sofaen og blev eksponeret for reklamerne. Dette er dog noget besværligt, og også noget som rapporten selv påpeger som et kritisk punkt.

## Delkonklusion

Samles set vurderes de benyttede redskaber til at være en smule under det forventelige. Dog kan dette især forsvares med at spilafhængighed, er så kompleks en sygdom, at det havde været svært at finde metoder, der ikke kunne udsættes for kritisk.

Det stilles spørgsmålstejn ved valget af antallet til den nationale survey, og spørgsmålstejn ved valget af metoder i forbindelse med laboratorieeksperimentet.

De kvalitative interviews modtager dog stor ros, mens at surveyspørgeskemaet omkring reklameres påvirkning, helt burde at være undladt.

*"Den kvalitative empiri viser dog, at personerne sjældent reflekterer over reklamernes påvirkning. Flere tilkendegiver fx, at de aldrig har tænkt over, hvorvidt reklamer påvirker dem, ligesom de ikke oplever, at reklamerne har en "direkte påvirkning", selvom de i interviewene beskriver, hvordan de har oplevet at reklamer endte med at lede dem til at spille pengespil. De manglende fund ved surveyeksperimentet kan derfor skyldes, at respondenterne i mindre grad reflekterer over samt erkender, hvilken påvirkning reklamerne har på deres spilleforbrug og -lyst. Yderligere kan de manglende fund skyldes en generel svaghed ved det eksperimentelle analysedesign. Fx er der forskel på at deltage i et eksperiment (og se en reklame i en kontrolleret setting) frem for at se en reklame derhjemme i vante og trygge omgivelser. Samtidig er reklamers effekt på spillelysten her hovedsageligt målt med udgangspunkt i reklamer for udbydere af sportsvæddemål og sekundært onlinekasino. Det vides dog ikke, om undersøgelsens deltagere alle er afhængige af ovennævnte spiltyper. Vi ved derfor ikke, om resultatet ville have været anderledes, hvis vi udelukkende havde eksponeret deltagerne for spilreklamer, der markedsførte den form for pengespil, som de er afhængige af"*

Slutteligt bør det bemærkes, at noget af det som spilreklamer har modtaget mest kritik for gennem årene, er den måde som reklamerne normaliserer spil i vores samfund<sup>2</sup> – og præcis det nævner rapporten ingenting om.

<sup>1</sup> <https://videnskab.dk/forskerzonen/kultur-samfund/saadan-forfoerer-reklamerne-vores-underbevidsthed>

<sup>2</sup> <https://www.zetland.dk/historie/sevMLnQx-a8dQKjiz-ddeef>

## 4. Samfundsudvikling for pengespil

*"Formålet med den delvise liberalisering var blandt andet at sætte yderligere fokus på beskyttelse af spillerne, herunder at medvirke til bekæmpelse af spilafhængighed."*

På baggrunden af denne rapport, og rapporten fra 2016 må det siges at være en målsætning, der er gået fuldstændig i vasken. Siden 2012 er det kun gået en vej, og det er den stik modsatte vej af hvad man forsøgte tilbage i 2012. Denne rapport vil ikke ensidigt argumentere for en tilbagekaldelse af liberalisering, især med henblik på tallene i Norge. Men det at have et liberaliseret marked skal også medføre at spillemyndigheden og vores politikere holder øje med udbyderne, hvilket heller ikke har været gjort grundigt nok de sidste 10 år<sup>3</sup>

Det bemærkes desuden fra rapporten, at onlinespil er steget fra 31% til 59% over de seneste 10 år. Det er en naturlig udvikling, da flere ting bliver digitaliseret – men det er også en meget bekymrende udvikling da det netop er online, at spillet nemt kan eskaleres for den enkelte og endnu værre, at det nemmere kan skjules for familie, venner og omverden når det stikker af.

## 5. Udbredelse af pengespilproblemer i Danmark

På baggrund af dette kapitel kan det konkluderes at 10,9 pct. af de voksne danskere har et spilproblem i et eller andet omfang. Det står i skarp kontrast til tallet i 2016, som var 5,2 pct. Det er en fuldstændig uhørt udvikling, og bør kigges på med stor seriøsitet.

Især også afsnittet omkring børn & unge er bekymrende. 6 pct. har et spilleproblem, hvilket svarer til at der som minimum sidder en elev fra 6. klasse og op efter som har et spilleproblem. Selvom udviklingen ikke kan sammenlignes, kan det via en anden undersøgelse stadigvæk konkluderes at 0,1 pct af de 12-17-årige havde klare spilproblemer i 2008, hvoraf at 0,6 pct. har alvorlige spillerproblemer i 2021.

Ydermere bemærkes det flere gange i rapporten, at antallet af børn & unge er signifikant lavere end antallet af voksne. Dog bør man spørge sig selv om, om det i virkelighed er "signifikant nok", taget det i betragtning at det er ULOVLIGT for børn & unge at spille.

---

<sup>3</sup> <https://journalisten.dk/bettingreklamer-fra-danske-spil-tester-lovens-graenser/>

## 6. Hvem har problemer med spilafhængighed?

Mest bemærkelsesværdige fund i dette kapitel, er at 95% med pengespilproblemer har spillet det seneste år. Dette vidner om, hvor stor kraften af afhængighed er, og at der generelt ikke er mange mennesker der afholder sig fra spil når de først er afhængige. Tilmeldt ved vi fra Spillemyndigheden, at der er 30.451 der har meldt sig ind i ROFUS, hvor 19.877 har udelukket sig fra spil endeligt.<sup>4</sup> De 30.451 er folk der har erkendt de har et problem, som de oveni købet også beder om hjælp til at styre. Hvis de potentielt kun udgør 5% af det samlede antal folk med spilproblemer. Så er vi nærmere 600.000 danskere med problemspil og ikke 478.000.

Gambling bliver oftest sammenlignet med alkohol, hvoraf det også bør bemærkes at spil oftest er noget man gør alene. Hvoraf at de sunde/små usunde drukvaner oftest foregår i fællesskaber, og det er først når alkoholproblemer bliver alvorlige, at man drikker alene. Det betyder, at vi som samfund og mennesker ikke kan "våge" over mennesker, da selv dem med et lille problem, oftest spiller alene – og det gør svære at hjælpe og holde øje med sine kammerater.

Et andet alarmerende fund i rapporten er sandsynligheden for at blive ramt af spilafhængighed, hvis man har haft et familiemedlem, der også har haft gambling for tæt inde på livet. Forskellen er markant fra 6 pct. til 29 pct. Dette hænger i fin tråd med tidligere undersøgelser, der påviser at afhængighed er en arvelig kronisk lidelse<sup>5</sup> Hvilket bestemt ikke gør, at man bør tage tallene anno 2021 mindre seriøst. Udviklingen fortsætter, hvis ikke der bliver gjort noget.

Tallene bliver i øvrigt bekræftet igen, da børn & unge bliver spurgt om de samme spørgsmål.

Der er 5 gange så stor chance, for at man har taget stoffer den seneste måned, hvis man har et alvorligt spilproblem. Dette taler også ind i tidligere undersøgelser omkring multiafhængighed, og endnu et bevis og en grund til at begynde at tage spilafhængighed mere alvorligt. Rapporten fremviser i øvrigt samme mønstre, når det kommer til fysisk og psykisk helbred, samt alkohol indtag og kriminalitet.

Debutspillet ved spilafhængige er oftest de højrisikofyldte væddemål, som betting eller kasino. Hvilket også bekræfter at indsatsen mod lotto og andre mere uskyldige typer væddemål ikke er lige så presserende.

Næsten uanset om man er spilafhængig eller ej, er der cirka 10-15% af danskerne der bliver introduceret til spil gennem reklamer og medier, hvilket peger på en normalisering fra spilreklamerne. Ikke overraskende bliver dog mange af dem med alvorlige pengespilproblemer påvirket af venner. Dette fænomen kan døbes "Gymnasie-effekten". Mange med spilproblemer, starter med at have et problematisk forhold til spil allerede som ung (beviser rapporten selv). Når man er ung, følger man meget sine venner, og det som ens venner gør, har man naturligt lettere ved at gøre end andre ting. Her er en udtalelse fra en anonym 15-årig dreng, jeg har snakket med:

<sup>4</sup> Side 18 <https://www.spillemyndigheden.dk/uploads/2022-05/Spilmarkedet%20i%20tal%202021.pdf>

<sup>5</sup> [https://www.avisen.dk/ludomani-er-arveligt\\_76120.aspx](https://www.avisen.dk/ludomani-er-arveligt_76120.aspx)



*"Generelt er det MEGET svært at gå i den klasse jeg lige præcis går i. Vi er 19 drenge i klassen, hvor 13 af os gambler hver dag eller jævnligt, inklusiv mig selv. Du må kunne forstå mig, når man i sin helt normale hverdag, ser mindst et blackjackbord fra kl 8.00 om morgenen til 15.00 om eftermiddagen, så er det uhyre svært bare at stoppe fra den ene dag til den anden"*

Når man kigger på spilleadfærden blandt de spilafhængige og dem ikke er, er der også vigtige pointer at hente.

Af den del af befolkningen, der ikke har noget spilleproblem, er det KUN 2% som har spillet onlinekasino det seneste år. Hvilket med andre ord betyder, at stort set alle der spiller onlinekasino, har et problem i et eller andet omfang. Det har 17% af dem med et lavt pengespilproblem og hele 49% af dem som har alvorlige pengespils problemer. Hvem er det så helt præcist vi "beskytter" når vi tillader spilreklamer fra onlinekasino?

Det fåtal der godt kan styre det? Er det udbyderen? Eller er det de spilafhængige?

Dog er det en skræmmende udvikling, at der stadigvæk er så mange unge der har nemt at spille i kiosker, da det er der starten på spilafhængighed kan starte. Tilbage i 2019 beviste TV2 Østjylland, hvor nemt det var for en 15-årig dreng at spille i landet kiosker<sup>6</sup>. Noget der heldigvis er ved at blive løst via det nationale spil-id, som vi dog stadigvæk venter på dagen i dag.

Rapporten fastslår også, at danskerne ikke har et realistisk billede af deres tab. Da deres egne besvarelser ikke stemmer overens med Spillemyndighedens registre. Dem med alvorlige pengespilproblemer taber 3.096 om måneden. Det er i øvrigt værd og bemærke at den største gruppe er unge i alderen 18-24. Altså en gruppe, der netop har økonomien til så stort et gamblingsbudget.

En af de absolut vigtigste pointer ved dette kapitel, er dog hvor høj kendskabet til de danske udbydere er. Oftest hører man argumentet, at spilreklamer ikke kan forbydes, i frygt for et sort marked og at danskerne skal kende til de udbydere der har licens. Denne rapport beviser netop, at danskerne udmærket godt kender de danske og lovlige udbydere, og der er ingen grund til at tro, at de ikke også vil gøre det i fremtiden.

Ved børn & unge er kendskabet slet ikke lige så højt. Dog er der rigtig mange der har svaret "nej, det ved jeg ikke" – hvoraf det må være relevant at spørge sig selv om de adspurgte kender ordet licens og overhovedet ved hvad spørgsmålet har betydet. Dog er det ikke usandsynligt at børn og unge ikke kender meget til licensudbydere, da de jo ikke er gamle nok til at bruge eller benytte dem alligevel.

Jeg oplever tit i forbindelse med foredrag på skoler, at de unge udmærket kender til ALLE udbydere og lystigt kan nynne med på hver og en af deres kendingsmelodier.

---

<sup>6</sup> <https://www.tv2ostjylland.dk/ostjylland/lovbrud-fanget-pa-video-born-har-frit-spil-i-ostjyske-kiosker>

Ift. afsnittet om børn & unge i kapitlet bemærkes det igen den skræmmende sammenhæng der er imellem spilafhængighed, alkohol, stoffer & dårligt helbred.

Det er i øvrigt notabelt, at antallet af dem der har spillet det seneste år, er lige så højt ved dem som har alvorlige pengespilproblemer, som dem som har lavt pengespilproblemer. Det i øvrigt også bemærkelsesværdigt at rapporten fremgiver af 5% af dem med lavt pengespilproblemer spillede 29-35 timer om ugen. Hvis man bruger den mængde timer, næsten svarende til et fuldtidsjob, så er det ikke længere et lavt pengespilproblem – uagtet hvor mange penge man taber eller vinder. Så er det i den grad et alvorligt pengespilproblemer, og tyder på en fejl i PGSI-systemet jf. sund logik og almen forståelse af hvad ludomani er.

'Selvforståelsen som ekspert' er et andet interessant afsnit, der netop skitserer at ludomani faktisk kan stamme fra store gevinster, og ikke store tab – som ellers er en udbredt misforståelse.

### Selv mord

Til slut i kapitlet er der nogen gruopvækkende udtalelser fra især folk med alvorlige pengespilproblemer. Interviewpersonerne beskriver hvordan de tror de kan udregne hvordan en maskine afkaster penge. Dette er især opsigtsvækkende, da det er alment kendt at "huset altid vinder" og maskiner/spilautomater aldrig giver gevinst over en længere periode. Hvilket det også tyder på at interviewpersonen godt ved, da personen bruger udtrykket "jeg troede virkelig...". Det er som bekendt en illusion, en illusion som ludomaner oftest får om en virkelighed der ikke er rigtig. Det er i øvrigt præcist sådanne spilmaskiner er skabt og designet. Ikke nok med de er skabt til at vinde i sidste ende, så er de også lavet for at gøre folk afhængige af maskinen samtidigt, og netop få dem ind i denne falske og onde illusion, som i sidste ende ødelægger mennesker og familier.

*"Uddybende fortæller interviewpersonerne, at de søger mod spillet, når de har behov for 'et helle' eller 'at glemme' svære følelser."*

Når man kommer i den type afhængighed, hvor spillet bliver til en løsning på ens andre problemer, er udviklingen som oftest endnu mere isolation, og en større ondere cirkel, hvor nogen oplever til sidst at have gravet sig ned i så dybt et hul, at selvmord er en overvejende løsning for personerne. Denne type spiller omtales oftest som "flugtspiller", og det er oftest denne type personer der også oplever selvmordstanker". Denne udtalelse er fra en anonym privat person fra behandlingscenteret Tjele:

*"Jeg kørte altid rundt med et reb i bilen"*

Det bemærkes i øvrigt, at spilafhængige oftest spiller derhjemme online. Og dem der ikke har spilproblemer, er mere tilbøjelig til at spille i kiosker. Dette er desværre ikke hensigtsmæssigt, når man tænker på at ludomani er en lidelse i hjernen og har store psykiske konsekvenser, og i værste fald fører til selvmord. Et engelsk studie erfarer, at 77 pct. at de ludomaner der kom i behandling, havde

overvejet selvmord, mens 20 pct. havde forsøgt<sup>7</sup>. Udover det har netværket for Selvmordsramte, Nefos, også kendskab til konkret 10 tilfælde af selvmord der leder tilbage til ludomani.<sup>8</sup>

### Reklamers påvirkning

I dette afsnit henvises der især til denne rapportes metodeafsnit, da der grundlæggende stilles store spørgsmål til hvordan man har fundet frem til resultaterne. De fleste reklamer påvirker vores underbevidsthed, og derfor giver spørgeskemaer næsten ingen mening til dette formål. Det er i øvrigt en problematik, som rapporten selv fremhæver. Det er som bekendt de færreste der ”indrømmer”, at de påvirkes af reklamer, og især spilreklamer som er/kan være pålagt et stort tabu. Det er skuffende, at der ikke er allokeret flere penge til undersøgelse af, reklameres påvirkning, dog må det konstateres, at spilreklamer alt andet lige må have en enorm stor påvirkning, da ingen andre brancher bruger så mange penge på markedsføring, som spiludbyderne gør<sup>9</sup>. Spilindustrien er ganske enkelt danmarksmestre i markedsføring.

### De er der fordi de virker.

Selvom at der dannes en række kritiske punkter til valget af metode, er der også nogen påfaldende fund i rapporten, som bør tages med i betragtning alligevel. Eksempelvis at det var fælles for personer med spilafhængighed, at øjnene i mindre grad kiggede på de vigtige oplysninger i bunden hvor der refereres til StopSpillet og Rofus. Det står selvfølgelig også med så lille en skrift, at det ikke kan overraske nogen, at det ikke har nogen effekt. Selvom der er en stor stigning af antallet i Rofus, hvor der i dag er over 30.000 medlemmer – så var det kun 270 henvendelser til stopspillet i 2021, af folk som var spillere<sup>10</sup>. Den store stigning i Rofus, skyldes nærmere en massiv fokus på Rofus fra behandlingssteder mm. og altså ikke noget der kommer fra ”de gode linjer” fra reklamerne.

Dog er der også flere interessante udtalelser fra de kvalitative interviews der i øvrigt beviser en skræmmende og uholdbar situation når det kommer til spilreklamer. Mange af de interviewede personer påpeger, at spilreklamer med velkomstbonuser får spil til at fremstå omkostningsfrit. Samtidigt med at spilreklamer er identificerbare, og skubber til en normalisering af spil. Det er et stort problem at man kan relatere til de personer der optræder i spilreklamerne og at man føler man ”kan være en af dem”. Dette gør sig både gældende for kendte personer, og ”almindelige danskere”, som vi typisk ser optræde i reklamer for online kasino.

Generelt er der et problem i Danmark med hvordan vi anser spillet. Hos den almene dansker er gambling ikke side stillet med kokain og et stort alkoholforbrug. På trods af, at WHO for længst har godkendt ludomani som en kronisk lidelse på linje på alkoholisme og narkoisme<sup>11</sup>. Længt de fleste ludomaner i behandling hører deres egne familier være glade over, at misbruget ikke bundte sig i netop

<sup>7</sup> Side 18, linje 4 - <https://selvmordsforskning.dk/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/Nr.-10-Ludomani-og-selvmordsadfaerd.pdf>

<sup>8</sup> <https://jyllands-posten.dk/sport/ECE13807905/eksperter-sandsynligt-at-10-danskere-aarligt-begaar-selvmord-paa-grund-af-ludomani/>

<sup>9</sup> <https://politiken.dk/indland/art5561356/Danske-Spil-er-landets-st%C3%B8rste-annonc%C3%B8r>

<sup>10</sup> Side 20, linje 4 - <https://www.spillemyndigheden.dk/uploads/2022-05/Spilmarkedet%20i%20tal%202021.pdf>

<sup>11</sup> <https://www.danskmisbrugsbehandling.dk/misbrug/ludomani/fakta-om-ludomani/>

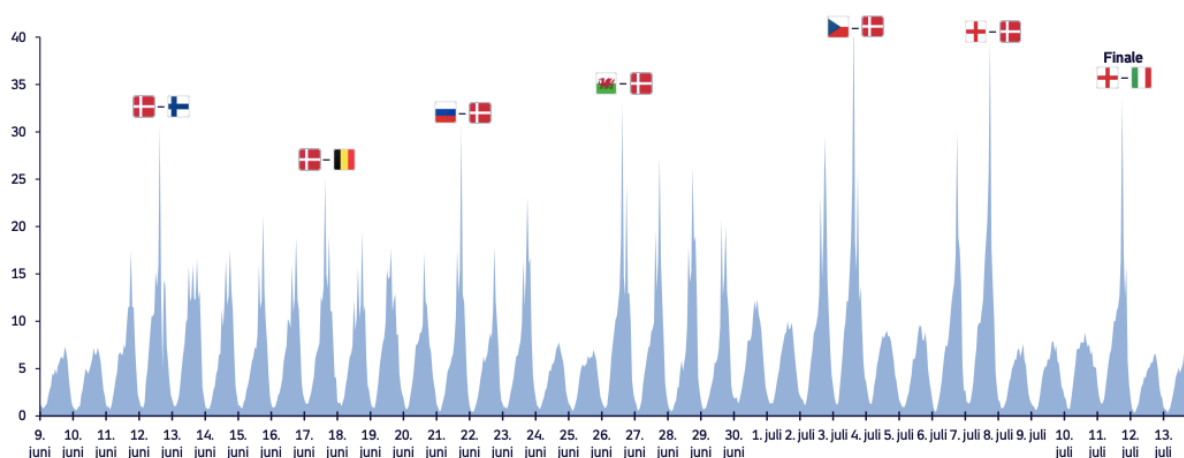
alkohol og stoffer, hvilket tydeligvis tyder på at den almene dansker ikke har forstået at de psykologiske skader er langt større ved ludomani. Eksempelvis er man mere tilbøjelig til begå selvmord som ludoman, end hvis man er narkoman.

Et bevis og eksempel på normalisering af spil, kan også ses ved store sportsbegivenheder. Følgende graf er fra EM-slutrunden fra 2021 i fodbold, hvor det tydeligt ses hvor stort spillet er når Danmarks Herrelandshold spiller. Dette tyder på, at den almene danske spiller forbinder spillet med noget der er normalt og hører sig til, når der er en stor sportskamp.

Spilmarkedet i 1. halvår 2021

Side 9

Figur 7. Skaleret værdi af indskud på væddemål på timebasis, 9. juni – 13. juli 2021



Ydermere bevises det i denne rapport, at spilreklamer skubber til mere spil ved de spillere, der har et lavfrekvent misbrug, hvilket også stemmer overens med tidligere undersøgelser på området<sup>12</sup>

Følgende stammer fra rapportens bilag:

*"Særligt folk der har et problematisk forhold til spil kan have svært ved at udsætte deres behov og kan "komme til" at spille deres penge op, som de har adgang til nu, selvom de egentlig skulle række til en hel måned. Derfor var vi interesseret i, om det påvirkede den umiddelbare evne til behovsudsættelse at have set reklamen. Det gør vi ved at spørge til, om man helst vil have 1.000 kr. nu eller 3.000 kr. om et halvt år. Kan man behovsudsætte, er det vores logik, at man hellere vil have tre gange så mange penge senere. Her ser vi, at andelen af dem, som spiller 1-4 gange månedligt som helst, vil have 1.000 kr. nu, er signifikant større blandt dem som har set videoen. Her foretrækker 19 pct. de 1000 kr. nu mod 13 pct. blandt dem, der ikke har set videoen."*

<sup>12</sup> Per Bilde, lektor ved Gøteborg Universitet, Linje 55 - <https://www.zetland.dk/historie/sevMLnQx-a8dQKjjz-ddeef>

## 7. Gaming og spilafhængighed

I dette afsnit er der endnu flere gruvækkende oplysninger, som kalder på ny lovgivning. Denne del har stået på i vores samfund for længe, mens udviklingen kun er blevet værre. Det bekræfter denne rapport. Udviklingen med de såkaldte "Free to Play" spil er bemærkelsesværdige, og det er noget der bør være opmærksomhed på i fremtiden. Især disse 'mikrotransaktioner' ved 'Free to Play' spillende er skræmmende. Da de på mange måder minder om et overforbrug af gambling. Måden hvorpå man hele tiden til fristes til at lægge et lille beløb ind af gangen, for at skjule for sine omgivelser og SIG SELV at forbruget ikke har en betydelig størrelse.

Især også afsnittet omkring børn & unge er bekymrende. 6 pct. har et spilleproblem, hvilket svarer til at der som minimum sidder en elev fra 6. klasse og op efter som har et spilleproblem.

Dertil liggende, at over halvdelen af landets unge drenge har prøvet at købe eller solgt skins (figur 7-2) og med de udtalelser som vi ser fra nogen af drengene, så er tallene ikke bare bekymrende men stærkt alarmerende. De unge drenge ser det som social anerkendelse, og bruger endda selv ord som "magtfuld". Det er en usund tendens, og der bør blive kigget på det med alvorlige øjne.

Ydermere ser vi også at nogen børn decideret køber og sælger skins, med det overlagte formål at tjene penge. Børn & Unge skal IKKE satse deres penge, uagtet beløbet. Det er skadeligt for deres udvikling og forhold til hjernen, og dens dopamin center<sup>13</sup>

Det er alment kendt, også før denne rapport at youtuber, streamere og andre influencer er de unges store rollemodeller, og nutidens rockstjerner. Det efterlader naturligvis et kæmpe ansvar på en række mennesker, som vi som samfund ikke kan og skal bestemme over, og det er derfor op til dem at efterleve et moralsk ansvar, på et oplyst grundlag. Der bør derimod helt simpelt at blive lukket ned, for alt form for gambling, som vi ved at vores unge ser med på. Det værste eksempel, så vi selv herhjemme<sup>14</sup>. Youtuber der køber lootboxes, bør ende i samme kategori, som når Brian Laudrup opfordrer danskere til at oddse. Forholdet til rollemodellen er det samme.

Generelt skal vi til at have en højere respekt omkring gaming, og tydeligt kende forskellen på gambling og gaming. Mange unge får meget socialt ud af at game, så det handler ikke om at gøre det hele farligt. Det handler at sikre en god gaming kultur for vores børn og unge, hvor der netop ikke er elementer fra gambling verdenen inde over. Det er eksempelvis ting som mikrotransaktioner til små gratis spil, der gør at forbruget bliver sløret. Præcis som rapporten også konkludere kan gaming blive en farlig glidebane til gambling.

<sup>13</sup> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3845016/>

<sup>14</sup> <https://nyheder.tv2.dk/samfund/2020-06-10-dansk-instagram-stjerne-anklages-for-casino-reklamer-for-boern-det-er-som-kokain>

## 8. Mine forslag til lovgiverne

### 1. Forbud mod spilreklamer

På baggrund af denne rapport, og den egentlig rapport forslås det at reklamer for spil bør forbydes endegyldigt, på linje med tobaksreklamerne. Især bettingreklamerne og kasinoreklamer har skubbet til en normalisering i samfundet, hvor flere "normale danskere" spiller for mere end de har råd til.

Vi er som samfund nødt til at se på ludomani med samme alvor som misbrug af stoffer og narko. WHO anerkender det på tilsvarende vis, og behandlingsstederne som finansieres af statskassen, behandler afhængighederne på samme måde.

Lige nu er udviklingen så voldsom, at der også skal voldsomme metoder i brug. Dog forslås det at bevare lotto-reklamerne, da de sjældent er lige så aggressive og da det nærmest er umuligt at være ludoman, hvis man kun spiller lotto, da hyppigheden af spil på en uge er meget begrænset. Desuden viser denne rapport også, at der er mindre chance for at blive afhængig af pengespil, hvis ens debutspil var lotto.

Da tobaksreklamer blev forbudt i 2001, var argumentet (fra Socialdemokratiet) blandt andet at forhindre at børn og unge bliver rygere og at reklamer påvirker netop denne målgruppe. Man lagde desuden vægt på, at rygning er afhængighedsskabende, som i øvrigt gør sig gældende på præcis samme måde med spil.

Holger Graversen (Sundhedsordfører, S)<sup>15</sup>:

"Derfor er der al god logik i at gøre alt, hvad vi kan, for at børn og unge ikke bliver rygere og vi mener, at et forbud mod reklamer kan bidrage væsentligt til det. Det er nemlig ikke rigtigt, at reklamer ikke har indflydelse på især børn og unges lyst til at ryge"

### 2. Flere penge til forebyggelse og forskning

Der har længe været råbt efter flere midler til forskningen på dette område, og selvom at denne rapport reelt set er den mange har ventet på, så fastslår den også at vi samtidige mangler flere penge, da den blandt andet ikke kunne gå mere i dybden med reklamers påvirkning.

Udover det forventes det også, at nu hvor tallet af spilafhængige er så markant stigende, at der samtidigt også følger et højere beløb med til behandlingsstederne, netop så mennesker i nød kan få den hjælp som de er har ret til.

---

<sup>15</sup> [http://webarkiv.ft.dk/Samling/20001/salen/L134\\_BEH1\\_42\\_7\\_1.htm](http://webarkiv.ft.dk/Samling/20001/salen/L134_BEH1_42_7_1.htm)

### 3. Forbud mod lootboxes

Rapporten viser også en skræmmende udvikling når det kommer til gaming og lootboxes, især når det vedkommer vores børn & unge. Det forslås derfor at man følger med udviklingen i nogen af vores nabolande, hvor man har valgt at forbyde lootboxes<sup>16</sup>. Lootboxes er reelt set gambling for børn. Og lige præcis det, bør at få alle til at spærre øjnene op på bagkant af netop denne rapport.

---

<sup>16</sup> <https://politiken.dk/kultur/art8806261/L%C3%A6nge-ventet-spil-bliver-forbudt-i-flere-lande>

## 9. Litteraturliste

<https://videnskab.dk/forskerzonen/kultur-samfund/saadan-forfoerer-reklamerne-vores-underbevidsthed>

<https://www.zetland.dk/historie/sevMLnQx-a8dQKjjz-ddeef>

<https://journalisten.dk/bettingreklamer-fra-danske-spil-tester-lovens-graenser/>

<https://www.spillemyndigheden.dk/uploads/2022-05/Spilmarkedet%20i%20tal%202021.pdf>

[https://www.avisen.dk/ludomani-er-arveligt\\_76120.aspx](https://www.avisen.dk/ludomani-er-arveligt_76120.aspx)

<https://www.tv2ostjylland.dk/ostjylland/lovbrud-fanget-pa-video-born-har-frit-spil-i-ostjyske-kiosker>

<https://selvmordsforskning.dk/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/Nr.-10-Ludomani-og-selvmordsadfaerd.pdf>

<https://jyllands-posten.dk/sport/ECE13807905/eksperter-sandsynligt-at-10-danskere-aarligt-begaar-selv mord-paa-grund-af-ludomani/>

<https://politiken.dk/indland/art5561356/Danske-Spil-er-landets-st%C3%B8rste-annonc%C3%B8r>

<https://www.danskmisbrugsbehandling.dk/misbrug/ludomani/fakta-om-ludomani/>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3845016/>

<https://nyheder.tv2.dk/samfund/2020-06-10-dansk-instagram-stjerne-anklages-for-casino-reklamer-for-boern-det-er-som-kokain>

[http://webarkiv.ft.dk/Samling/20001/salen/L134\\_BEH1\\_42\\_7\\_1.htm](http://webarkiv.ft.dk/Samling/20001/salen/L134_BEH1_42_7_1.htm)