

Hållbarhetsredovisning i börsnoterade casino- och nätspelsföretag

- **En komparativ studie om företags ansvarstagande för att stävja spelberoende**

Av: Johan Haager & Wan-Long Suen

Handledare: Bengt Lindström & Jurek Millak
Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper
Kandidatuppsats 15 hp
Företagsekonomi | Vårterminen 2018



SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Förord

Vi vill tacka våra handledare Bengt Lindström och Jurek Millak för deras råd och vägledning under uppsatsskrivandet. Vi vill även tacka opponentgruppen för värdefulla synpunkter och konkreta förbättringsförslag. Slutligen vill vi tacka de människor i vår närhet som under uppsatsskrivandet hjälpt oss på olika sätt.

Stockholm, augusti 2018

Johan Haager

Wan-Long Suen

Sammanfattning

Titel: Hållbarhetsredovisning i börsnoterade casino- och nätspelsföretag - en komparativ studie om företags ansvarstagande för att stävja spelberoende.

Bakgrund och problemdiskussion: Den ökade tillgängligheten av casino- och sportspel på nätet står i en komplicerad relation till spelproblem eftersom det numera är tillgängligt på flera olika plattformar. Företag i EU-länder med över 500 medarbetare i genomsnitt måste från räkenskapsåret 2017 upprätta hållbarhetsredovisning, i dessa förväntas företag med casino- och nätspelsverksamhet redovisa hur de arbetar mot att stävja spelproblem. Detta har företag tidigare frivilligt upprättat i sin hållbarhetsredovisning, något som gjort att jämförbarheten mellan företag ansetts vara problematisk.

Syfte: Undersökningen syftar till att, mellan företag, jämföra det redovisade sociala ansvarstagandet över tid för att uppfatta effekter av globala ramverk och direktiv inom hållbarhetsredovisning.

Teoretisk referensram: Tidigare studier om hållbarhetsredovisning inom casino- och nätspelsföretag har tillsammans med legitimitet- samt institutionella teorin tillämpats för att analysera det empiriska materialet.

Metod: Studien har utgått från ett kvantitativt tillvägagångssätt och empiriska data är inhämtad från sex börsnoterade företags hållbarhetsredovisningar från åren 2013–2017. Meningarna har kvantifierats, poängfördelats och tolkats utifrån en kodningsmanual.

Resultat: Majoriteten av företagen i studien har förändrat sin redovisning om socialt ansvarstagande under årens gång. Alla företag tar sig ur ett positivt perspektiv redovisa de negativa aspekterna i anknytning till spelproblem. Resultatet visar även att det är svårt att jämföra olika företags hållbarhetsredovisningar eftersom innehållet skiljer sig, något som även tidigare studier om hållbarhetsredovisningar påpekar.

Nyckelord

greenwashing, hållbarhetsredovisning, ansvarsfullt spelande, riktlinjer, spelproblem, jämförbarhet

Abstract

Title: Sustainability reporting of listed online casino companies - a comparing study about the reporting of companies work to promote responsible gaming

Problematization: The increased availability of casino and sport games online has a complicated relationship to problem gaming. For companies in the European Union, a sustainability report must be established if a company has an average of 500 employees during the year. It is expected that companies that are running as an online game operator also reports its work in restraining gambling problems, something that earlier has been optional to account and have made the comparability of sustainability reports problematic.

Purpose: The purpose of this study has been to, between companies, compare the reporting of the social responsibilities over time to comprehend the effects of global guidelines and directions within sustainability reporting.

Frame of reference: Earlier studies about sustainability reporting within online casino companies have been used in combination with the legitimacy theory and the institutional theory to analyze the quantitative data.

Method: The study has been issued from a quantitative approach and the data has been collected from six listed companies who have established a sustainability report for the years 2013-2017. Sentences have been quantified, interpreted and given a score from a coding manual.

Results: Most of the companies in the study has developed its reporting of the social responsibilities during the years. All companies appear to write in a positive way about the negative aspects in connection to problem gaming. The result shows that it is hard to compare companies' sustainability reports because of the difference in the information, something that earlier studies in the field points out.

Keywords:

greenwashing, sustainability reporting, responsible gaming, guidelines, problem gaming, comparability

Förkortningar

EU - Europeiska Unionen
CSR - Corporate Social Responsibility
GRI - Global Reporting Initiative
RGC - Responsible Gambling Council
SBI - Sustainable Brand Index
SOU - Statens Offentliga Utredningar

Begrepp

Casino- och nätspel - Vi har valt att namnge de spel, såväl casinospel som sportspel, som finns tillgängliga på de undersökta företagens respektive hemsidor.

Casino- och nätspelsverksamheten - Istället för att benämna en svårt definierad bransch har vi genomgående i uppsatsen använt oss av begreppet som syftar till en gemensam sektor med företag som utvecklar casino- och nätspel samt de som har en casino- och nätspelsplattform tillgängligt för allmänheten.

Cherry picking - Används för att förklara ett framförande av endast positiva händelser och de delar som talar för företagets ideologier samtidigt som de delar som går emot företagets ställningstagande ignoreras eller misskrediteras.

Greenwashing - Innebörden av begreppet syftar i studien till att utelämna negativ information och istället redovisa den dåliga informationen genom positiv kommunikation.

Hållbarhetsredovisning - Hur ett företags ansvarstagande ser ut gällande miljömässiga, sociala och etiska aspekter utifrån dess verksamhet redovisas i en hållbarhetsredovisning.

Intressenter - Begreppet har använts för att beskriva de individer som har ett intresse om ett företags information och i detta fall de som intresserar sig för informationen i företagets hållbarhetsredovisningar.

Innehåll

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemativering	3
1.3 Forskningsfrågor	6
1.4 Syfte	6
1.5 Avgränsningar	6
2. Teoretisk referensram	7
2.1 Tidigare studier	7
2.1.1 Hållbarhetsredovisningens jämförbarhet	8
2.1.2 Hållbarhetsredovisningens påverkan	9
2.2 Greenwashing	9
2.3 Legitimitet	11
2.3.1 Kommunikationsstrategi	12
2.4 Institutionella teorin	13
2.5 EU-direktiv	13
2.6 Ramverk	14
2.6.1 Global Reporting Initiative	15
2.6.2 UN Global Compact	16
3. Metod	17
3.1 Forskningsdesign	17
3.2 Population	17
3.3 Forskningsstrategi	18
3.4 Kodning av data	19
3.4.1 Kodningsmanual	20
3.5 Litteraturforskning	22
3.6 Studiens reliabilitet och validitet	23
4. Empiri	25
4.1 888 Holding PLC	25
4.2 Betsson AB	25
4.3 Kindred Group PLC	26
4.4 Olympic Entertainment Group AS	27
4.5 PaddyPower Betfair Group PLC	28
4.6 William Hill PLC	29
5. Analys	30
5.1 Ansvarstagande	30
5.1.1 Greenwashing	31

5.1.2 Kommunikation	31
5.2 Spelproblem	32
5.2.1 Positiv publicitet	34
5.3 Verktyg	35
5.3.1 Hjälpfulla verktyg?	36
5.4 Träning	36
5.4.1 Den goda sidan.....	38
5.5 Strategiutveckling	38
5.6 Jämförbarhet	39
6. Slutsatser	41
6.1 Slutsatser	41
7. Slutdiskussion	43
7.1 Diskussion.....	43
7.2 Metodreflektion.....	44
7.3 Förslag till vidare forskning.....	45
Referenslista.....	
Bilagor.....	

Tabell- och figurförteckning

Tabell 3.1 – Populationslista.....	18
Tabell 3.2 – Empirivariabler	20
Tabell 3.3 – Poängskala	22
Tabell 4.1 – 888 Holding PLC poäng	25
Tabell 4.2 – Betsson AB poäng	26
Tabell 4.3 – Kindred Group PLC poäng.....	27
Tabell 4.4 – Olympic Entertainment Group AS poäng.....	28
Tabell 4.5 – PaddyPower Betfair Group PLC poäng.....	29
Tabell 4.6 – William Hill PLC poäng.....	29
Figur 5.1 – Poänggivande attributfigur för ”Ansvarstagande”	30
Figur 5.2 – Poänggivande attributfigur för ”Spelproblem”	32
Figur 5.3 – Poänggivande attributfigur för ”Verktyg”.....	35
Figur 5.4 – Poänggivande attributfigur för ”Träning”	36

1. Inledning

I inledningen kommer en bakgrundsforskning om casino- och nätspel introduceras. En kortare beskrivning av hållbarhetsredovisning redovisas sedan innan båda ting tillsammans mynnar ut i en problemformulering med efterföljande frågeställningar, syfte och avgränsningar för undersökningen.

1.1 Bakgrund

Spel om pengar utgör ett betydande och välkänt problem i många av världens länder och de industrialiserade länderna har det svårast (Churchill & Farell 2018). Den ökade tillgängligheten av casino- och sportspel på nätet står i en komplicerad relation till spelproblem eftersom det numera är tillgängligt på flera olika plattformar (SOU 2017). Detta är en förklaring till varför branschen idag är en av världens snabbast växande enligt Churchill och Farell (2018).

Även om Statens Offentliga Utredningar (SOU) (2017) hävdar att casino- och nätspel bara är en form av underhållning för 98 % av ett lands befolkning kan dessa spel innebära att resterande individer drabbas av skadliga påföljder, vilket kan leda till spelproblem och spelberoende. Spelproblem och spelberoende har existerat under en lång tid och kan i många fall få konsekvenser som skilsmässor, konkurser och alkoholmissbruk. Wu och Chen (2014) refererar till Janes och Collison (2004) som förklarar att spelproblem och spelberoende även ökat och i många fall renderat i mer utmanande och spridda problem i form av försämrad barnomsorg och ytterligare familjeproblem.

Trots att spelberoende existerat sedan en lång tid tillbaka är den faktiska forskningen om problemet ganska nyutkommen (Fong, Fong & Li 2011). Casino- och nätspelsverksamheten präglas allt mer av beslut från högre håll, men något som anses saknas är forskning om hur pass effektiva dessa regleringar är vid minimering av spelandets skadeföljder (SOU 2017). Av en stor del av samhället har casinon antagits vara inblandat i organiserad brottslighet vilket Benton (2015) anser är väldigt svårt att fastställa. Majoriteten av casinon är idag organisationsägda, vilka allt som oftast är hårt reglerade av regeringar, och fler europeiska länder sägs öppna upp sina spelmarknader för fler nätspelsorganisatörer genom licenskrav (Lotteriinspektionen 2017).

Det finns inte någon EU-lagstiftning för företag inom casino- och nätspelsverksamheten. Den europeiska kommissionen fokuserar mycket på att försöka kontrollera de onlinespeltjänster

som finns tillgängliga eftersom de används i fler länder genom att försöka få nationella regelverk att överensstämma med EU-direktiv, förbättra det administrativa arbetet, skydda konsumenter och minderåriga, förhindra bedrägeri och penningtvätt samt skydda sporterna och förhindra matchfixning (Europeiska kommissionen u.å.). Den svenska regeringen inledde 2015 Spellicensutredningen (Fi 2015:11) tillsammans med bland andra Lotteriinspektionen för att försöka omreglera den svenska casino- och nätspelsmarknaden och bland annat försöka stävja problemspelet. Propositionen som lades fram under våren 2018 förväntas slå igenom den 13 juni samma år och kan leda till att de i Sverige olicensierade nätspelsföretagen får chansen att ansluta sig till ett svenskt licenssystem som 2016 tillsammans omsatte 5,1 miljarder kronor (SOU 2017; Grundberg-Wolodarski 2018).

Även om casino- och nätspelsverksamheter demonstrerar sina strategier för att hjälpa användare, kan det sannolikt innebära att de möts av andra sociala problem och därför har forskning om hållbarhet i casino- och nätspelsföretag blivit viktig enligt Song, Lee, Lee och Song (2014). Det har visat sig att användare och intressenter i flera fall utvecklat en positiv inställning till de företag som implementerar hållbarhetsstrategier. Denna implementering kan även förbättra bilden av företaget vilket påvisar att de tar ett socialt ansvar till sina användare. Det gör att företagets arbetsmiljö kan hjälpa andra företag i branschen att ta efter. Detta är däremot inte lätt att mäta, eftersom olika företag tillämpar olika strategier beroende på specifika egenskaper gentemot andra företag (Song et al. 2014). Hur företag visar sitt sociala ansvarstagande redogörs i dag i något som kallas för hållbarhetsredovisning (Westermarck 2013, s. 13).

Företagens ansvar berör både interna och externa intressenter och genom att uttrycka sina ståndpunkter i hållbarhetsredovisningar kan företagens styrelser bevisa sitt ansvarstagande för samhället (Lodhia & Hess 2014). Målet med hållbarhetsredovisning är att öka tillhandahållandet av social och miljömässig information om företaget gentemot sina intressenter (Europaparlamentet 2014). Enligt Lahbil och Wahabi (2017) är avsikten med innehållet i hållbarhetsredovisningar mångfaldig, bland annat förväntas innehållet legitimera företagets verksamhet på ett positivt sätt ur de negativa praktikerna och generera en positiv attityd hos nuvarande och framtida aktieägare.

Genom hållbarhetsredovisning kan företagen vinna fördelar som ökat förtroende från sina intressenter och även fler konkurrensfördelar genom transparens och öppenhet om sitt arbete

inom hållbarhet (SustainAbility 2017; Jianu, Turlea & Gusatu 2015). För att kunna tillföra en öppenhet och trovärdighet i hållbarhetsredovisningen menar Bartels, Iansen-Rodgers och Kuszewski (2008) att företag då förväntas utgå från ett standardiserat ramverk. EU-direktivet 2014/95/EU, GRI (Global Reporting Initiative) och UN Global Compact är olika exempel på ramverk och principer som arbetats fram för att öka transparensen i informationen som företag offentliggör i sina hållbarhetsredovisningar.

Casino- och nätspelsrelaterade studier om hållbarhetsredovisning har tidigare använt ett begrepp gällande organisationers sociala *kostnad* för att mäta och analysera sociala konsekvenser. Detta har gjort att debatter angående vad som är sociala kostnader och hur de bör definieras blåsts upp och skapat förvirring i samhällsvetenskaplig forskning (Wu & Shen 2014). Fong et al. (2011) skildrar däremot att forskare inofficiellt kommit överens om att inte vara överens gällande vad som är sociala kostnader från casino- och spelverksamheter. Med detta sagt framförde författarna ändå tre kriterier, refererat till Walker och Barnett (1999), för vad som bör anses vara sociala kostnader: kostnaden ska vara social hellre än personlig, den ska resultera i minskade samhällsliga tillgångar och de sociala kostnaderna kan endast uppstå på grund av spelande (Fong et al. 2011).

För att stävja dessa sociala kostnader har företag i casino- och nätspelssektorn försökt minimera förekomsten av dem genom att öka medvetenheten om hur användare ska spela på ett ansvarstagande sätt (Walker, Litvin, Sobel & St-Pierre 2014). Detta brukar kallas för “responsible gaming” och är den mest vanligt förekommande termen enligt Blaszczyński, Gainsbury och Karlov (2013). Genom policys och praktiker ska företagen försöka begränsa individers spelproblem och medföljande skador. I hållbarhetsredovisningarna används denna term flitigt i framförandet om att företagen skyddar sina konsumenter och genom ett brett utbud av tjänster ska företagen ge tillgång till en effektiv behandling (Walker et al. 2014).

1.2 Problematisering

“Att reglera spelsektorn är utomordentligt komplext.” är hur SOU (2017) inleder sammanfattningen av Spellicensutredningen (Fi 2015:11) och påpekar att sektorn påverkas av många olika företeelser och aktörer. I den snabbt växande sektorn, där fler länder inlett med att öppna upp sina spelmarknader (Lotteriinspektionen 2017), använder företag i stor utsträckning samma riktlinjer i sina hållbarhetsredovisningar. Detta kan tyckas vara bra men

något som Westermark (2013) hävdar som försvårande är att det ur ett objektiva perspektiv inte är lätt att finna en rättvisande bild av ett företags hållbarhetsredovisning, eftersom det finns flera olika synvinklar om vad som är rätt eller fel. Följaktligen innebär det osäkerhet kring hur och vad som ska finnas med i hållbarhetsredovisningen eftersom informationen ofta är riktad åt en mer subjektiv sida, företagets sida (s. 41). Denna subjektiva sida brukar kallas för “cherry picking” eller “greenwashing”, där företagens bästa områden från de negativa aspekterna lyfts fram och vilseleder läsarna till att tro för mycket på det positiva (Fagerström & Hartwig 2016; Lyon & Montgomery 2015).

För de flesta av världens största företag har upprättning av hållbarhetsredovisningar tidigare ansetts vara en pågående trend enligt Bonsón och Bednárová (2015), något som Europaparlamentet (2014) anser bidra med ökad förseelse av ett företags miljömässiga och sociala information till intressenterna. En sådan förändringsprocess, menar Alvesson & Svensson (2008), är ett måste för företag i samhället att följa för att fortsätta konkurrera med andra företag på sin marknad. Detta är något hela organisationen måste engagera sig i för att förverkliga det som är menat att förändras. God kommunikation är en viktig del i en förändringsprocess och enligt Scott och Jaffe (1988) är det just detta som kan öka intressenters förtroende för företaget, något som är svårt att uppnå.

Företag som uppnår ett ökat förtroende från intressenter kan anses som effektiva i sin kommunikation, en effektivitet som bland annat Kim och Ferguson (2016) studerat. Genom en webbenkät studerade författarna vilka dimensioner som det representativa urvalet ansåg vara de viktigaste egenskaperna i ett företags hållbarhetsredovisning. Studien resulterade i att dimensionerna: informativitet; godkännande från en tredjepart; egen relevans; förhållningssätt; konsekvent och transparens tillsammans beräknades utgöra en belåtenhet hos intressenter. De ansåg även att det redovisande företaget bör kontrollera att dessa dimensioner uppnås för att möta intressenternas förväntningar och på så sätt kunna behandla sin redovisning som effektiv. Samtidigt skriver Pang, Lwin, Ng, Ong, Chau och Yeow (2018) att det finns företag som tvekar när det kommer till att framföra hållbarhetsredovisningen som ett verktyg för att förbättra bilden av företaget.

Majoriteten av tidigare gjorda studier pekar på att mängden individer med spelproblem är större bland dem som spelar på nätcasinon jämfört med dem som spelar i den fysiska omgivningen (SOU 2017). Spel om pengar blir allt mer lättillgängligt och nätspelet pushas

fram av en betydande marknadsföring, som når ut till människor på flera olika sätt. Lotteriinspektionen hävdar att denna marknadsföring gör att spelmarknaden fortsätter att visa tillväxt, både för aktörer med tillstånd i Sverige samt för de aktörer utan tillstånd som endast är operativa på internet (Lotteriinspektionen 2017). Griffiths (2015) påstår att forskning kring förhållandet mellan spelproblem och den ökade marknadsföringen om spel är ringa men insisterar att marknadsföringen av spel bidrar till spelproblem genom olika marknadsföringstekniker som främjar spelandet via olika hemsidor (Griffiths 2015; Monaghan, Derevensky & Sklar 2009). Enligt det oberoende studieinstitutet Sustainable Brand Index (SBI), som i ett flertal nordiska länder varje år rangordnar företags arbete mot ett hållbart samhälle, anses casino- och nätspelsverksamheten vara skadlig (Aktuell Hållbarhet 2017). SBI, som baserar sina utvärderingar på de tio principer i näringslivet som FN:s Global Compact tagit fram, rangordnade år 2017 326 svenska företag och placerade casino- och nätspelsföretagen Betsson och Unibet på näst sista samt sista plats (Sustainable Brand Index (1) u.å.; Sustainable Brand Index (2) u.å.).

I studien "*Corporate social responsibility in the UK gambling industry*" beskriver Jones, Hillier och Comfort (2009) att företagen som verkar i casino- och nätspelsverksamheten redovisar sina Corporate Social Responsibility- (CSR) rapporter olika. Författarna menar att företag i stort sett besvarar de olika frågor som berör CSR men innehållet i redovisningarna är olika. CSR syftar till rapporteringen av det samhällliga och sociala ansvar som ett företags verksamheter har, vilket genomsyras i form av CSR-aktiviteter och påverkar samhället utifrån ekonomiska, miljömässiga och sociala perspektiven (Westermarck 2013, s. 39). Att innehållet är olika kan jämföras med resultatet i studien "*Assessing the evolution of sustainability reporting in the mining sector*", där författarna Perez och Sanchez (2009) påstår att företagen inom gruvsektorn hållbarhetsredovisar olika trots att de är verksamma inom samma bransch. På grund av att företagen redovisar olika menar de att den redovisade hållbarhetsinformationen gör det svårt för intressenter att jämföra mellan företag inom samma bransch.

Arvidsson (2017) försökte i sin studie "*Hållbarhetsrapportering i de största bolagen - Trender och tendenser*" belysa vad vi kan lära från hur de största svenska börsbolagen hittills rapporterat angående hållbarhet. Även om Arvidsson drar slutsatsen att hållbarhetsredovisningen förbättrats under årens gång så beskriver hon det som svårt att se om värdet i hållbarhetsinformationen också förbättrats i samma omfattning. Värderingar och jämförelserna av olika bolags prestationer såg Arvidsson som tveksamma eftersom det fanns en stor spridning i vad hållbarhetsredovisningarna fokuserade på samt hur de var strukturerade. Det blir därför relevant att undersöka om hållbarhetsredovisningar skiljer sig inom företag över tid samt mellan företag inom samma bransch och även granska vad företagen valt att utveckla under årens gång för att stävja problemspelet. Med detta som grund har nedanstående frågeställningar formulerats.

1.3 Forskningsfrågor

- Har företagens redovisning av sitt sociala ansvarstagande förändrats över tid?
- Vilka likheter och skillnader finns i företagens redovisning av socialt ansvarstagande från de undersökta åren?

1.4 Syfte

Undersökningen syftar till att, mellan företag, jämföra det redovisade sociala ansvarstagandet över tid för att uppfatta effekter av globala ramverk och direktiv inom hållbarhetsredovisning.

1.5 Avgränsningar

Vi har i denna studie endast tagit hänsyn till avsnitten "responsible gaming" i hållbarhetsredovisningar från börsnoterade företag inom casino- och nätspelsverksamheten i EU-länder som har en aktiv nätspelsplattform. EU-länder har valts eftersom de alla är skyldiga att rätta sig efter direktiv och lagar som upprättats av Europaparlamentet. I EU-direktivet 2014/95/EU, som började gälla räkenskapsåret 2017, är det skrivet att företag med ett genomsnittligt antal på över 500 medarbetare för räkenskapsåret måste hållbarhetsredovisa. Det har gjort att företag som har detta och som även hållbarhetsredovisat för räkenskapsåren 2013–2017 fått vara med i populationen.

2. Teoretisk referensram

Detta kapitel introducerar tidigare forskning om social hållbarhet och ansvarstagande i casinoverksamheten innan studier om effekter kring ramverk och hållbarhetsredovisningars jämförbarhet framförs. Begreppet greenwashing inom redovisning förklaras innan legitimitetsteorin och den institutionella teorin presenteras. I slutet av kapitlet skildras direktiv och ramverk som påverkar hållbarhetsredovisning.

2.1 Tidigare studier

Författarna av studien *“Gambling and corporate social responsibility (CSR): Re-defining industry and state roles on duty of care, host responsibility and risk management”* (Hancock, Shellinck & Schrans 2008) frågar sig själva om casinospelande verkligen är skadligt. Det som anses skadligt med casinospelande har gjort att det klassats i paritet med alkohol och tobak, som enligt Hancock et al. (2008) har ett behov av egna lagar och regler. Dessa skador erkänns av organisationer som ständigt avsätter stora summor för att motverka det oansvarsfulla spelandet i form av exempelvis vidareutbildning av medarbetare samt vidare forskning om problemet. Detta är i viss utsträckning beroende av samhällets reaktioner i den globala verksamheten som fortsätter växa och som, refererat till Grayson (2006), gör att ansvarstagandet för att motverka missbrukandet är av kritisk opinion (Hancock et al. (2008).

Företagen inom casino- och nätspelsverksamheter vidareutvecklar sällan sina strategier för att motverka spelproblem menar Lueng och Snell (2015). De använder istället samma strategier år efter år. I sin studie, där författarna genom intervjuer försöker ta reda på varför och hur casinoverksamheten i Macao engagerar sig i CSR, menar de att företagen som använder sig av CSR-aktiviteter och redovisar dessa, endast gör det för att uppnå en slags legitimitet. Företagen redovisar de positiva CSR-aktiviteter som tillfredsställer intressenternas krav. För stort fokus läggs på det positiva och därmed utesluts de negativa aspekterna med företagen. Företagen framställs som att de tar ansvar för sina handlingar och påverkan i samhället.

Lueng och Snell (2015) citerar Miller och Michelson (2012) som påstår att den information som företagen redovisar gällande sitt sociala ansvarstagande är för knapp. Detta tror sig Miller och Michelson (2012) vara på grund av att företagen inte är tillräckligt insatta i standarderna för socialt ansvarstagande och speciellt inte i samma utsträckning som de är i de legala och ekonomiska standarderna. Något de även driver på är att företagen helt och hållet ignorerar den del av spel användarna som inte består av de två procentenheter med spelproblem men som använder tjänsterna kontinuerligt.

En undersökning som gjordes av Borglund, Frostenson och Windell (2010) visar hur statliga svenska bolag tvingats redovisa enligt GRI:s riktlinjer efter att en lagstiftning om hållbarhetsredovisning förändrat spelreglerna. Studien undersökte om och i vilken utsträckning det utökade hållbarhetskravet från regeringen givit effekt på statligt ägda företags hållbarhetsredovisningar. Utifrån studiens resultat, som baserades på enkätundersökning och intervjuer med statliga bolag, drog författarna tre slutsatser: arbetet mot en hållbar utveckling har varit detsamma men rapporteringen av arbetet har förbättrats och blivit tydligare; den andra slutsatsen var genom att rapporteringen förbättrades ökade även medarbetarna medvetenhet om företagen vilket gjorde det lättare för företaget att förbättra sitt arbete; den tredje slutsatsen var att företagen försökte förstå hur GRI ska användas och implementeras i företaget och på så sätt förbättra redovisningen av icke-finansiell information. Borglund et al. (2010) tar upp att tillämpning av GRI:s riktlinjer inte är helt naturlig eftersom vissa GRI-indikatorer inte är anpassade efter den bransch som företagen verkar i. GRI:s riktlinjer är vägledande och inte tvingande vilket leder till en öppen tolkning kring hur företagen själva definierar vilket hållbarhetsområde som anses vara viktigt.

2.1.1 Hållbarhetsredovisningens jämförbarhet

Szczepankiewicz & Mucko (2016) gjorde en studie för att få en inblick i den stora forskningssträngen om hur företags CSR- och hållbarhetsrapportering kan utvärderas. Genom tillämpning av GRI:s G4-indikatorer gjordes en innehållsanalys av polska energi- och gruvföretags hållbarhetsredovisningar där ämnesstrukturen analyserades och ord räknades. Författarna diskuterade hur jämförbarheten skulle kunna underlättas för intressenter om informationen som redovisas från företagen var likartade. De kom fram till att hållbarhetsredovisningar är svåra att jämföra, även för företag inom samma bransch. Ämnesstrukturen i hållbarhetsredovisningarna illustrerades som likartade men innehållet benämndes som skiftande från ett företag till ett annat.

Även Perez & Sanchez (2009) menar att likvärdigheten i information är bristande, vilket således leder till att jämförelser mellan olika företags hållbarhetsredovisningar försvåras. De studerade hållbarhetsredovisningar av fyra gruvföretag från olika länder för att se hur och om de förbättrat sina redovisningsförmågor under årens gång. Resultatet från undersökningen visade att företagens redovisade information divergerade mer under årens gång eftersom några företag utvecklade sin hållbarhetsredovisning mycket medan andra stagnerat. En av

slutsatserna som drogs var att informationen som togs upp i hållbarhetsredovisningarna var vad företagen själva anser är väsentligt att kommunicera ut till intressenterna. Perez & Sanchez (2009) anser att det är brist på transparens mellan företagen och på grund av detta är det svårt att jämföra företagen trots att företagen är verksamma inom samma bransch. Jämförelsen nämndes även vara svår på grund av att företagen använt sig av olika metoder vid upprättande av hållbarhetsinformation, vilket ledde till att hållbarhetsredovisningarna innehöll mycket varierande information.

2.1.2 Hållbarhetsredovisningens påverkan

På uppdrag av GRI framförde revisorsbyrån KPMG och hållbarhetsrådgivarna SustainAbility 2008 en undersökning om vad 2279 personer hade för åsikter om företags hållbarhetsredovisningar. Av 2279 hade 1827 personer tidigare tagit del av hållbarhetsredovisningar medan 452 personer var nybörjare. Studien genomfördes genom enkäter och intervjuer med dessa personer, vilka arbetade inom såväl stora och små företag i offentlig samt privat sektor över hela världen. En majoritet av respondenterna fanns i Europa. Resultatet visade att ungefär 50 % av personerna tidigare använde hållbarhetsredovisningar som ett beslutsunderlag för inköp av företagets produkter. Ungefär 45 % av personerna sa sig även ta del av hållbarhetsredovisningarna innan de skulle investera i företaget. Av de 2279 personerna i undersökningen svarade 80 % att synen på företagen hade förändrats positivt medan 20 % svarade att synen på företagen förändrats till det sämre efter att ha läst hållbarhetsredovisningar (Bartels, Iansen-Rodgers & Kuszewski 2008).

2.2 Greenwashing

Insatser för att minimera spelrelaterade och sociala skador inriktar sig allt som oftast mot att försöka förminska spelutgifter. Detta brukar användarna få ansvara för själva genom att sätta förlustgränser för sitt spelande med hjälp av olika slags verktyg från nätspelsplattformar, men om det bevisats hjälpa är något som Walker et al. (2014) anser vara svårt att säga. Rent logiskt sett fortsätter Walker et al. (2014) påstå att om användarnas förluster minskar i och med förlustgränserna bör även casinots vinster avta. Likväl anses detta uttalande svårt att bedöma som korrekt. Företag som sedan redovisar sina verktyg och sitt ansvarstagande relateras i många fall till greenwashing (Lyon & Montgomery 2015). Vilsledandet och förvirringen som skapas tillsammans med alltför positiva övertygelser återspeglas till

greenwashing som Delmas och Durbano (2011) förklarar som dålig påverkan på miljön med positiv kommunikation om påverkan.

Mahoney, Thorne, Cecil och LaGore (2012) refererar till Guidry och Patten (2010) om att företag är villiga att ta kostnader för att medvetet redovisa och vilseleda intressenterna när det handlar om den sociala och miljömässiga information som kommuniceras. Greenwashing, enligt Guidry och Patten (2010), är att företaget utelämnar negativ information om sina sociala aspekter i sin hållbarhetsredovisning och redovisar därför inte det faktiska arbete som företaget gör. Precis som Fagerström och Hartwig (2016) hänför begreppet "cherry picking" skriver Mahoney et al. (2012) att företag på så sätt legitimerar sig gentemot samhället eftersom de trots allt upprättat en hållbarhetsredovisning. Greenwashing har däremot fungerat som ett mer användbart begrepp och studerats vid flertal tillfällen. Förutom utelämnandet av den negativa informationen kännetecknas greenwashing bland annat genom ett så kallat "fluffy language"; detta syftar till att innehållet i hållbarhetsredovisningen inte har någon riktig betydelse. Ett sådant innehåll, refererar Delmas och Durbano (2011) genom Gillespie (2008) och hans tio tecken till greenwashing, benämns inte vara trovärdigt eftersom positivt kommunicerande av en negativ produkt inte gör produkten bättre.

Något som Belal och Cooper (2011) undrar är trots allt varför företag skulle välja att hållbarhetsredovisa negativa aspekter ur ett negativt perspektiv. Att tillämpa greenwashing i sin redovisning bör därför även kunna ses som fördelaktigt eftersom ett negativt redovisande skulle inbringa negativ publicitet och negativ ekonomisk påverkan enligt Belal och Cooper (2011). Att redovisa de negativa effekterna på ett negativt sätt skriver Cho, Roberts och Patten (2010) trots allt kan vara positivt, detta beror dock på hur företaget förklarar hur och om de arbetar för att motverka det negativa.

Clarkson (1995) menar att det finns två intressentgrupper, vilka delas in som primära och sekundära. De primära är intressenter som direkt påverkar företagets fortlevnad som exempelvis aktieägare, kunder, användare, medarbetare, myndigheter och leverantörer. Utan casino- och nätspelsföretagens primära intressenter blir den fortsatta driften icke möjlig (Tilling 2004), vilket gör att företagen måste skapa värde åt dessa intressenter utifrån de krav som intressenterna har. Clarkson (1995) beskriver sekundära intressenter som inte påverkar företagets transaktioner direkt. De är på så vis inte avgörande för företagets fortlevnad.

Medier brukar kunna förklaras som sekundära intressenter, eftersom de har ett intresse för företaget men inte ur ett ekonomiskt perspektiv.

2.3 Legitimitet

Aktörer inom casinoverksamheten har enligt Reast, Maon, Lindgreen och Vanhamme (2012) svårt att skapa ett gott inflytande på samhället och på så sätt legitimisera sina organisationer. Precis som Hancock et al. (2008) formulerar har casinoverksamheten istället fått en skadlighetsstämpel. Hur aktörer i branschen uppnår en viss legitimitet är enligt Reast et al. (2012) svårt att konstatera. För att besegra det som samhället anser vara skadligt krävs det, enligt författarna, stöd från maktfulla intressenter som tillsammans med motståndsrörelsen kan eliminera det skadliga och hjälpa företaget nå en större form av legitimitet (Reast et al. 2012).

Denna teori används för att delförklara hållbarhetsredovisningens existens eftersom företagen i studien bär med sig risker som exempelvis spelberoende hos användare. Företag ska i sina hållbarhetsredovisningar visa att de aktivt arbetar för att motverka spelberoende, trots att de ekonomiskt gynnas av användare med spelproblem. Deegan och Unerman (2011, s. 325) redogör för relationen mellan företagets värderingar och samhällets uppfattningar och hur de senare jämte samhällets förväntningar påverkar företagens agerande. Teorin om legitimitet kan ses som ett socialt kontrakt för företagen i denna studie, där samhället bedömer om företaget uppfyller de krav som de själva och andra intressenter ställer. Dessa krav förändras över tid och i en organisation har olika intressenter olika intressen, vilket är grunden till att olika bedömningar framställs. Förändringar över tid bidrar till att ett företags intressenters syn på dess legitimitet ändras. Det som tidigare betraktades som acceptabelt för casino- och nätspelsföretag kan i dagsläget vara förändrat och till och med förbjudet (Deegan & Unerman 2011, s. 323–325). Hållbarhetsredovisningar var tidigare ett frivilligt val för företag att upprätta och inte ett krav, vilket 2014 modifierades till att företag med över 500 anställda i genomsnitt under ett räkenskapsår tvingades upprätta den. De som tidigare frivilligt upprättat hållbarhetsredovisningar har på så sätt kunnat skydda sina tidigare handhavande och bibehålla en legitimitet (Samkin & Schneider 2010). Deegan och Unerman (2011, s. 324) menar att ett företag endast kommer att kunna fortleva om de kan uppnå legitimitet i sina uttalanden. Däremot menar Tilling (2004) att en organisation som inte uppnår legitimitet

utgör en fara för sin fortsatta verksamhet, vilket kan resultera i att primära intressenter slutar finansiera företaget, som då går miste om intäkter och dess resultat kan därmed försämrast.

2.3.1 Kommunikationsstrategi

Kommunikation mellan parter kan göras på flera sätt med olika syften i åtanke. Eriksson (2002) beskriver kommunikation som ett verktyg med syfte att förändra intressenters attityder samtidigt som det ska bidra med kunskap om företaget och hur de arbetar. Vidare menar författaren att en misslyckad kommunikation, vilket bedöms av företagets intressenter, kan leda till ett dåligt rykte som kan skada företaget. Hållbarhetsredovisning om sitt sociala ansvarstagande är ett sätt att kommunicera med sina intressenter, något som fått en stor betydelse under det senaste decenniet (Bonsón & Bednárová 2015). Borglund et. al (2010) skriver i sin utredning om hållbarhetsredovisning att företag oftast kritiseras i media, något som de självklart försöker undvika. Genom att utveckla sina kommunikationsstrategier i sin hållbarhetsredovisning minimerar företaget risken att bli utpekad i media, något som Borglund et. al (2010) skriver är något som företagen jobbar hårt för. Li, Zhao, Shi och Li (2014) skriver att olika ramverk bör användas vid kommunicering till allmänheten. Tillämpning av sådana ramverk skulle kunna öka förtroendet för företaget och ur ett långsiktigt perspektiv gynna företaget på olika sätt fortsätter författarna.

Hahn och Lülfs (2013) refererar i sin artikel "*Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting*" till Neu, Warsame och Pedwell (1998), vilka antyder att den språkmässiga form som används i hållbarhetsredovisningarna alltid haft för avsikt att föra fram en god sida gentemot läsarna. De negativa sidorna har på så sätt inte anförts på samma sätt, om ens alls, enligt Hahn och Lülfs. En slutsats som fördes fram var dock att den partiska redovisningen om ett företags negativa sidor kan komma att skada företagets legitimitet i längden (Hahn & Lülfs 2013). En annan uppfattning om vad som kan skada företag genom dess informationsöverföring av CSR är enligt Borglund et al. (2010) att media ökar sin granskning av företaget om de har en omfattande kommunikation. En stark framtoning av sitt hållbarhetsarbete kan därför utöka antalet kritiker. Något som Borglund et al. (2010) även framför är att en istället lägre framtoning av sitt hållbarhetsarbete indirekt meddelar media att företaget har en del kvar att jobba med. Att istället meddela sina ambitioner med arbetet skriver Larsson och Ljungdahl (2008) vara bättre och på så sätt kan de fortfarande bedömas som ett bra företag ur intressenternas perspektiv.

2.4 Institutionella teorin

Eftersom legitimitet är en central del för företagets fortlevnad är företagen mer benägna att efterlikna företag som redan uppnår legitimitet. Deegan och Unerman (2011, s. 361) skriver att den institutionella teorin används för att förklara hur företag anpassar sig efter sociala och institutionella förändringar utifrån samhällets värderingar för att uppnå legitimitet. Gällande casino- och nätspelsverksamheternas legitimitet redogör Hancock et al. (2008) för att regeringar anser att den sociala påverkan som företagen har på samhället är skadlig. Eftersom företagen genererar liknande speltjänster för användarna har den institutionella teorin använts i studien, detta för att förklara företagens likheter i den, över tid, redovisade informationen av stävande av spelberoende och spelproblem.

Teorin syftar, i detta fall, till att förstå likformigheten av hållbarhetsinformation som företagen redovisat. DiMaggio och Powell (1983) hävdar att likformighet är ett sätt för företag att efterlikna andras strategier och sedan utveckla sina egna för socialt ansvarstagande för att bli mer konkurrenskraftiga, något som företagen kan belönas med genom uppnådd legitimitet. Den institutionella teorin lyfter även fram samhällets förväntningar som resursskapande för företag inom en viss bransch. Dessa förväntningar skapas genom konsekvenser av aktiviteter och sociala handlingar som format den legitimitet som företagen förväntas uppnå (Lounsbury 2008). Farooque och Ahulus (2017) studie visar att ett företags tillhörighet av bransch är en betydelsefull omständighet som bestämmer hur mycket hållbarhetsrelaterad information som är viktig att ta med. Detta är även något som DiMaggio och Powell (1983) tidigare visat på och förklarat att företag inom samma bransch varit mer benägna att införa liknande processer i sin redovisning av det sociala ansvarstagandet. Mycket av det DiMaggio och Powell (1983) nämnt tar Gauthier (2013) upp och sammanfattar kort att osäkerhet kring upprättande av hållbarhetsredovisning har lett till att företag blivit mer benägna att bygga sina strategier på vad andra företags strategier säger. Brown, De Jong och Levy (2009) menar att företag vid upprättandet av hållbarhetsredovisningarna tillämpar olika slags ramverk vilket tenderar att få redovisningen om socialt ansvarstagande inom samma bransch att efterlikna varandra.

2.5 EU-direktiv

Den 6:e februari 2013 fastställde Europaparlamentet betydelsen av redovisning av icke-finansiell information från företag. Genom ett offentliggörande av hållbarhetsinformation

skulle syftet vara att fastställa risker med hållbarhet och även öka intressenter samt konsumenters förtroende. Europaparlamentet menade att detta skulle skapa ett skifte med en riktning mot en mer hållbar global ekonomi genom en kombination av att skydda miljön och samtidigt skapa en långsiktig lönsamhet. EU-direktivet som sedan togs fram, 2013/34/EU, skulle även ge företagen möjlighet att få vara tillräckligt flexibla och kunna skapa tillfredsställande jämförbarhet genom att göra den icke-finansiella informationen öppen och begriplig för investerare och konsumenter (Europaparlamentet 2014). Detta skulle göra, enligt Lennartsson (2016), att det inbjuds till olika tolkningar av informationen, eftersom det inte finns några krav på formalia för den icke-finansiella informationen att följa.

EU-direktivet 2013/34/EU ändrades den 22:a oktober 2014, vilket medförde att alla stora företag, som haft ett genomsnitt på över 500 anställda under räkenskapsåret, skulle offentliggöra en icke-finansiell rapport i sin förvaltningsberättelse. EU-direktivet som ändrades skrivs nu istället som 2014/95/EU. Den icke-finansiella rapporten ska ge *“...upplysningar i den utsträckning som krävs för att förstå företagets utveckling, resultat, ställning samt konsekvenserna av dess verksamhet, åtminstone i frågor som rör miljö, sociala förhållanden och personal, respekt för mänskliga rättigheter, bekämpning av korruption och mutor...”* (Europaparlamentet 2014). Förutom dessa upplysningar ska företaget även redogöra för sin affärsmodell, den policy som företaget tillämpar samt dess resultat, risker med företaget, företagets riskhantering och även vilka resultatindikationer som de utgår från. EU-direktivet 2014/95/EU trädde i kraft under det räkenskapsår som inledde den 1 januari 2017 eller under kalenderåret 2017 (ibid 2014).

2.6 Ramverk

Hållbarhetsredovisningar kan upprättas på flera sätt. Företag kan modifiera sina hållbarhetsredovisningar som de vill och samtidigt anpassa sig efter verksamhet och bransch, men eftersom redovisningen berör företagets beteende finns det krav på och riktlinjer om ett åstadkommande av ett eftertraktat beteende (Westermarck 2013, s. 57). KPMG:s och SustainAbility:s studie *“Count Me In”* visade att 90 % av respondenterna ansåg att riktlinjer var nödvändiga för att öka trovärdigheten i innehållet (Bartels et al. 2008). Företag som undersökts i denna studie har i stor utsträckning haft ramverk som GRI och UN Global Compact som utgångspunkt men har även redovisat med interna metoder.

2.6.1 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) har sedan 1997 varit en organisation som hjälper företag och regeringar över hela världen att förstå och kommunicera information om hållbarhet till intressenter. Genom att kommunicera om hur de arbetar med kritiska hållbarhetspunkter, exempelvis människans rättigheter och det sociala välmåendet, kan de möjliggöra skapandet av fördelar för samhället. GRI:s vision är att den globala gemenskapen ska lyftas av resurserna som allt levande är beroende av med en ambition av att visa sig som det internationella centrala normgivningsorganet för kommunikation av hållbarhet (Global Reporting u.å. (1); Westermark 2013, s. 46). En annan hållbar tanke med visionen är att ge företagens intressenter en makt att påverka och forma nya regler för hur den hållbara utvecklingen i ett företag ska kommuniceras (Westermark 2013, s. 90)

GRI:s ramverk utgår från aspekterna ekonomisk, miljömässig och social påverkan och används i syfte att visa, jämföra och bedöma resultat inom samt mellan organisationer (Westermark 2013, s. 48). Detta anser Anderson och Abensour (2017) är GRI:s styrka men de talar även om att det saknas en förmåga att förmedla en övergripande syn om företagets sociala påverkan. Ramverket tar däremot hänsyn till generella och branschspecifika riktlinjer och försöker göra hållbarhetsinformation jämförbar i förhållande till lagar, regler, normer och standarder. Genom tillämpning av GRI ges företagen en vägledning i hur hållbarhetsredovisningen kan upprättas och vad företagen bör inkludera. Beroende på vilken typ av bransch som företaget är verksamt i blir vissa riktlinjer mer intressanta och relevanta för branschen och företaget. Riktlinjerna bör identifieras så att passande information tas med i hållbarhetsredovisningarna (Global Reporting Initiative 2006).

Utifrån de tidigare nämnda aspekterna - ekonomisk, miljömässig och social påverkan - är ramverket som GRI framställt utformat för att kunna skildra olika typer av organisationer, oberoende av lokal belägenhet, storlek eller bransch. De uppmuntrar på så sätt alla organisationer att upprätta en hållbarhetsredovisning och redovisa enligt GRI:s riktlinjer (Westermark 2013, s. 135; Global Reporting Initiative u.å. (2)). GRI tar inte hänsyn till vilka produkter som företaget producerar eller hur företaget bedrivs. Syftet med GRI är att redovisa hur företaget arbetar med hållbarhetsaspekterna (Frostenson, Helin & Sandström 2015, s. 26).

2.6.2 UN Global Compact

UN Global Compact bildades av FN år 2000 och är ett organ som råder näringslivet att ta ett globalt ansvar. Det var efter att FN:s dåvarande generalsekreterare, Kofi Annan, tagit initiativ och uppmanat världens näringsliv på "World Economic Forum" i Davos 1999 som tio principer i näringslivet inom mänskliga rättigheter, arbetsrättsliga frågor, miljö och antikorrupktion togs fram. Dessa principer grundar sig från Rio-deklarationen om *miljö och utveckling*, ILO:s grundläggande konventioner om *mänskliga rättigheter i arbetslivet*, FN:s deklaration om *de mänskliga rättigheterna* och FN:s konvention om *antikorrupktion*. Genom att tillämpa dessa principer visar företag vilja att främja ett hållbart samhälle samt ett ansvarsfullt företagande (UN Global Compact u.å.; Westermarck 2013, s. 64). Sethi och Schepers (2014) menar att företag som ansluter sig till UN Global Compact måste utgå från de tio principerna i sina hållbarhetsredovisningar och hävdar därför att UN Global Compact bör ses som ett ramverk för hållbarhetsrapportering.

Inom punkten mänskliga rättigheter återfinns de två första principerna som säger att, företagen ombeds stödja och respektera mänskliga rättigheter samt försäkra sig om att sitt eget företag inte är delaktigt i brott mot mänskliga rättigheter. De följande fyra principerna gäller arbetsvillkor och talar om att företagen ombeds upprätthålla föreningsfrihet och erkänna rätten till kollektiva förhandlingar, avskaffa tvångsarbete, avskaffa barnarbete samt att inte diskriminera vid yrkesutövning. De tre miljömässiga principerna säger att företag ombeds stödja förebyggande miljöåtgärder, ta initiativ till att främja större ansvarstagande samt uppmuntra utveckling och spridning av miljövänlig teknik. Den sista principen säger att företag ska arbeta mot alla former av korrupktion, inklusive utpressning och bestickning (UN Global Compact u.å.).

3. Metod

I detta kapitel har vi beskrivit hur vi gått tillväga i undersökningen. Hur den undersökta populationen framställts och hur litteratur inhämtats har även beskrivits. Kapitlet avslutas med en metodreflektion som även innehåller avsnitt om undersökningens reliabilitet och validitet.

3.1 Forskningsdesign

Studiens forskningsdesign är både longitudinell och komparativ, detta eftersom undersökningens empiri samlats in från hållbarhetsredovisningar över en längre period. Genom tillämpning av en longitudinell och komparativ forskningsdesign blir det möjligt att lättare finna likheter och skillnader i företagens hållbarhetsredovisningar genom åren, detta eftersom en longitudinell design syftar till att studera en population vid ett tillfälle och sedan minst en gång till vid ett annat tillfälle (Bryman & Bell 2013, s. 82). Målet med den komparativa delen är att förklara likheter och skillnader för ett specifikt avsnitt (Bryman & Bell 2013, s. 91), i studiens fall “responsible gaming”. Enligt Denk (2002) uppstår likheter och skillnader när resultatet mellan de olika analysenheterna jämförs och han menar även att förståelse om ämnet kan utvecklas genom jämförelse (Denk 2002, s. 7). För att klargöra en sådan kunskap har en femårsperiod för åren 2013–2017 studerats för att sedermera analysera tidigare och nuvarande ställningspunkter i avsnitten om “responsible gaming” i företagens hållbarhetsredovisningar. Lindner och Redfors (2004) hävdar att nackdelarna med longitudinell forskningsdesign är att insamlingen av empiri kan ta lång tid och att enheter som undersökts kan ha förändrats över tid. I vårt fall ses detta som en fördel eftersom vi ska studera hur företagen redovisat sina “responsible gaming”-avsnitt över tid och på så sätt syna hur direktiv och ramverk haft effekt på hållbarhetsredovisningarna. Genom att blicka tillbaka på företagens tidigare hållbarhetsredovisningar har det givits möjlighet att upptäcka likheter och skillnader mellan företagen och även renderat en möjlighet att studera om företagens uppfattningar om “responsible gaming” ändrats över tid eller är intakta.

3.2 Population

Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns och Wängnerud (2017, s. 156) beskriver population som en grupp av fenomen som studien vill behandla vilket i detta fall är företag. Vi har i denna studie gjort en totalundersökning på de företag som uppnår fyra utvalda kriterier: företaget ska ha en aktiv nätspeleplattform, vara börsnoterat i ett EU-land, ha hållbarhetsredovisat för åren 2013–2017 samt haft ett genomsnitt på över 500 anställda under varje räkenskapsår under samma period. Att utföra en totalundersökning, menar Blom, Enger, Englund, Grandell och Holst (2011), är svårt eftersom populationen oftast är för stor, vilket

gör att det kan kosta mycket tid att utföra en studie som inkluderar hela population. I studien har endast sex casino- och nätspelsföretag uppfyllt kriterierna ovan vilket gav en relativt liten population där alla företag gavs samma möjligheter att få delta i studien. En totalundersökning blev på så sätt lämplig eftersom antalet företag som skulle behandlas var få. Eftersom det inte fanns en sammanställd databas över vilka företag som är börsnoterade inom casino- och nätspelsverksamheten inom EU, undersökte vi EU-ländernas börser för att finna casino- och nätspelsföretag som uppfyller kriterierna för populationen. Detta kompletterades även med två listor, Nya Casino och Bettingmarket. Dessa listor uppger ett fåtal företag som är börsnoterade inom casino- och nätspelsverksamheten i Europa (Nya Casino u.å.; Bettingmarket u.å.). På listorna fanns det både företag som har en nätspelsplattform, företag som konstruerar spel samt företag som hanterar landbaserade casinon. Från listorna kunde 16 företag behandlas som företag med nätspelsplattformar. Utifrån kriterierna från den definierade populationen var det endast sex bolag som uppfyllde kriterierna och kunde behandlas som population. För att kunna bedöma om det finns några skillnader i företagens ställningspunkter från före och efter EU-direktivet trädde i kraft har denna avgränsning blivit nödvändig. Tabell 3.1 visar vilka företag som uppfyllt populationskriterierna.

Tabell 3.1 – Populationslista

Företagsnamn	Börs
888 Holding PLC	Storbritannien
Betsson AB	Sverige
Kindred Group PLC	Sverige
Olympic Entertainment Group AS	Estland
PaddyPower Betfair Group PLC	Storbritannien
William Hill PLC	Storbritannien

3.3 Forskningsstrategi

För att besvara forskningsfrågorna har en kvantitativ innehållsanalys utförts genom kvantifiering och analys av meningar. Meningarna har hämtats från hållbarhetsredovisningar som upprättats av den definierade populationen från år 2013–2017. Beroende på undersökningens syfte delas en strategi, enligt Bryman och Bell (2013), in i två olika former: kvantitativ eller kvalitativ forskningsstrategi. Den kvantitativa strategin svarar på

förekomsten av en viss variabel och den kvalitativa strategin lämpar sig för att få kunskap om vissa delar i en text som är viktigare än andra (Esaiasson et al. 2017, s.198, 211). I studien har kvantifiering av en större mängd data gjorts. Den har sedan analyserats för att undersöka vilket arbete företagen redovisat för att stävja spelproblem. Det har även varit av intresse att finna likheter och skillnader i informationen som redovisats rörande det sociala ansvarstagandet mellan företag. I analysen har de kvantifierade meningarna ställts mot varandra för att på så sätt finna likheter och skillnader i vad som redovisats. Med hjälp av tidigare studier och teorier som framförts i avsnitt 2 har vi kunnat analysera och jämföra de meningar som företagen redovisat över åren. Eftersom studiens empiri är baserad på hållbarhetsredovisningar från sex företag var en kvantitativ forskningsstrategi lämplig, detta för att det inte undersökts vad olika individer har för hållbarhetsvärderingar. Det som istället eftersträvats är en mätning av förekomsten av meningar som är kopplat till avsnittet “responsible gaming” inom de sociala aspekterna i hållbarhetsredovisningarna vilket gjort att en kvantitativ och datorstödd innehållsanalys var lämplig i studien.

Det krävs en viss tolkning och förståelse i de olika meningar som berör det sociala ansvarstagandet för att kunna göra enhetliga analyser och slutsatser (Denscombe 2016, s. 296). I “responsible gaming”-avsnitten skrivs mycket av informationen utifrån en branschrelaterad ram vilken skiljer sig från andra branscher. Genom kvantifieringen av de olika meningarna i företagens hållbarhetsredovisningar har det, enligt May (2013), gått att uppfatta hållbarhetsredovisningens utmärkande drag. Resultatet från en kvantitativ innehållsanalys presenteras i numerisk form och enligt Esaiasson et al. (2017) är det på så sätt möjligt att jämföra olika hållbarhetsredovisningar över tid och rum. Med strikta regler för vad som ska kodas i hållbarhetsredovisningarna blir innehållet, enligt Skärvad och Lundahl (2016), lättare att sammanställa och presentera så att materialet även överensstämmer mellan kodarna. Genom att på förhand ha bestämt vilka ord och kategorier som skulle kvantifieras har det sålunda gjort att våra subjektiva värderingar av de undersökta hållbarhetsredovisningarna minskat eftersom empirin systematiskt har kategoriserats enligt kodningsschemat (Tagesson, Blank, Broberg & Collin 2009).

3.4 Kodning av data

Kodningsschemat utformades som underlag till den kvantitativa innehållsanalysen för att på ett systematiskt och objektivt sätt samla in och koda data från hållbarhetsredovisningar

(Bryman & Bell 2013 s. 311). I varje hållbarhetsavsnitt som undersökts har vi hämtat meningar i avsnitten om “responsible gaming” som innehåller variablerna från Tabell 3.2. För att på ett konsekvent sätt registrera data och uppfylla syftet med uppsatsen har en datorstödd innehållsanalys tillämpats. Kodningsschemat konstruerades med hjälp av Microsoft Excel och har tillämpats på samma sätt för alla företag i studien. Vid framställandet av kodningsschemat var det flera ord som hållbarhetsredovisningarna förväntades beröras, dessa ord bygger på EU-direktivet 2014/95/EU, ramverken GRI och UN Global Compact samt Responsible Gambling Council (RGC). RGC togs med för att kunna specificera kodningsschemat mer till den utvalda casino- och nätspelsverksamheten, detta för att lättare kunna identifiera den specifika information som företagen redovisar vilket Patten och Zhao (2014) refererar till Guthrie et al. (2008). RGC har framställt sju standarder med 48 tillhörande kriterier om internetspelade som företag kan välja att auktorisera (Responsible Gaming Council u.å.). De listar även upp sina standarder och anger procentuellt vilken grad av betydelse dessa standarder har för företagens sociala ansvarstagande. Företagens hållbarhetsredovisningar granskades därför över vilka områden som skulle innefattas i kodningsschemat vilket resulterade i områdena som visas i Tabell 3.2. Utifrån dessa standarder som RGC framställt valdes studiens fyra variabler ut där fyra av standarderna, som tillsammans stod för 70 % i betydelsegraden, togs i beaktande (RGCheck u.å.). Variablerna var ofta framträdande i hållbarhetsredovisningarna i företagen som undersöktes. Eftersom de var branschspecifika gav det oss möjligheten att fokusera på de karaktäristiska dragen för det sociala ansvarstagandet för casino- och nätspelsföretagen.

Tabell 3.2 – Empirivariabler

Variabel	Tillämpning
Ansvarstagande	Ex. hur ofta används "responsible gaming"
Spelproblem	Ex. hur ofta används "problem gaming"
Verktyg	Ex. finns det "self-help"-strategi
Träning	Ex. finns det "gaming training" för medarbetare

3.4.1 Kodningsmanual

I denna studie har en systematisk och objektiv bedömning vid kodning behövts för enhetlighet i hur hållbarhetsredovisningarna bör läsas (Denscombe 2016, s. 296). Objektivitet innebär enligt Denscombe (2016) att i förväg bestämma hur insamlat material ska delas upp

samt vilka ord som ska eftersökas. Att vara systematisk innebär, för en författare, att vara konsekvent i sitt tillvägagångssätt för att minimera risken för felkällor. För att uppnå en enhetlighet i genomförandet bestämdes det på förhand vilka nyckelbegrepp och ord som skulle eftersökas i hållbarhetsredovisningarna, dessa har sammanställts i Tabell 3.2 och utgör studiens kodningsmanual. En kodningsmanual kallar Bryman och Bell (2013, s. 311) för ett lexikon till innehållsanalysen vilket i detta fall utgörs av en guide med instruktioner för hur kodningen av hållbarhetsredovisningarna ska utföras. Esaiasson et al. (2017, s. 207) namnger instruktionerna för tolkningsregler vilka klart och tydligt ska vara definierade och enkla att skilja från varandra. I studiens fall har meningar som innehåller ord utifrån Tabell 3.2 eftersökts i avsnittet “responsible gaming” i hållbarhetsredovisningarna.

Meningar som berörde de olika variablerna, som kodningsschemat var baserat på, delades in i en ställningsskala. Denna gav olika poäng beroende på hur många gånger meningar med en viss variabel förekom enligt kodningsschemat. Underrubriker i företagets “responsible gaming”-avsnitt har inte tagits med eftersom vi inte klassat dem som meningar. Även om vissa av underrubrikerna kunde figurera som meningar ignorerades dessa under den empiriska undersökningen. Ställningsskalan är egenkomponerad och fungerar som en åttagradig skala. Ytterpunkterna i skalan behandlar det som är av bästa resultat, som får högst poäng, samt det som får lägsta resultat och också lägst poäng. I vårt fall har ytterpunkterna varit 0 och 7 poäng där 0 poäng varit sämsta möjliga resultat och 7 poäng det bästa möjliga resultat. Den åttagradiga skalan valdes med inspiration från Hackston och Milne (1999) som skriver att spridning av poängen måste vara relaterad till hur många meningar som förekommer i hållbarhetsredovisningar. De beskriver vikten av att hantera meningarna på ett sätt som gör att det inte förekommer ett för stort intervall i poängsättningen, exempelvis att ett företag som redovisar en mening av en variabel inte får samma poäng som ett annat företag som redovisar ett mycket högre antal meningar om samma variabel. En snabb genomgång av de inhämtade meningarna från företagets hållbarhetsredovisningar visade att antalet redovisade sidor var olika.

Mot bakgrund av ovan antogs det att antalet meningar även skiljde sig från ett företag till ett annat. Hur mycket poäng ett visst antal meningar skulle få togs fram efter genomgången där varje poäng från 1–7 hade ett intervall om två meningar, exempelvis att tre eller fyra meningar gav 1 poäng och fem eller sex meningar gav 2 poäng. 0 poäng utgjordes av tre olika antal meningar. Vid insamling av data förekom det meningar som var identiska. I denna

studie har vi valt att räkna med en mening som var identisk med en mening som använts tidigare, detta eftersom en del av syftet med studien är att finna likheter och skillnader i företagens redovisningar. Det förekom även att flera variabler nämndes i en och samma mening. När en mening berörde två eller fler variabler har den lagts till en gång per berörd variabel. I Tabell 3.3 visas hur många meningar ett företag behöver redovisa för respektive variabel för att uppnå en viss poäng.

Tabell 3.3 – Poängskala

Poäng	Antal meningar
0	Variabeln finns med i två meningar eller färre
1	Variabeln finns med i minst tre meningar
2	Variabeln finns med i minst fem meningar
3	Variabeln finns med i minst sju meningar
4	Variabeln finns med i minst nio meningar
5	Variabeln finns med i minst elva meningar
6	Variabeln finns med i minst 13 meningar
7	Variabeln finns med i minst 15 meningar

3.5 Litteraturforskning

De elektroniska källorna i studien, i form av vetenskapliga artiklar, har inhämtats genom sökningar i Södertörns högskolas e-bibliotek SöderScholar. Tjänsten meddelar om ett verk finns i högskolans fysiska bibliotek. Under uppsatsskrivandet hölls ett seminarium av Södertörns högskolebibliotek om kritisk informationssökning. Vid detta tillfälle diskuterades huruvida vissa sökmotorer var lämpliga. Förutom SöderScholar så har Googles söktjänst för vetenskapliga publikationer GoogleScholar använts som komplement till SöderScholar. På GoogleScholar har vi varit mer detaljerade i våra sökningar och lagt till fler ord i sökningarna för att kunna identifiera artiklar som håller hög relevans för arbetet.

Sökorden och termerna som användes i studien var “greenwashing”, “sustainability reporting”, “responsible gaming”, “social cost” och “problem gaming“. Flera av de inhämtade artiklarna påpekade att hållbarhetsredovisningar är svåra att jämföra. Eftersom hållbarhet oftast är associerat till miljöfrågor och casino- och nätspelsföretag inte har en kraftig inverkan på miljön (Finkbeiner, Schau, Lehmann & Traverso 2010) har fokus riktats mot de sociala aspekterna. Efter att ha läst litteratur och fått en ökad kunskap väcktes ett

intresse för hur jämförbara casino- och nätspelsföretags avsnitt i hållbarhetsredovisningar om “responsible gaming” var, vilka sedan kom att inhämtas.

3.6 Studiens reliabilitet och validitet

Begreppet reliabilitet syftar till hur tillförlitligt studiens resultat skulle vara om undersökningen skulle utföras på samma sätt vid ett senare tillfälle (Patel & Davidsson 2011 s. 103). Bryman & Bell (2013, s 171) tar bland annat upp två viktiga faktorer då ett mått kan räknas som reliabelt. Dessa är stabilitet och interbedömarreliabilitet. Stabilitet innebär att resultatet inte får en väsentlig variation när en undersökning gjorts vid olika tillfällen med samma respondenter. Innehållet i en hållbarhetsredovisning förändras inte över tid vilket gör att stabiliteten av undersökningens kvantifierade data kan anses vara hög. Däremot kan tolkning av kvantifierade meningar generera att resultatet inte blir detsamma vid replikering. Vid översättning av meningar kan det uppstå tolkningssvårigheter. Vi har tillsammans arbetat med tolkningen av engelska meningar. Översättningen av meningar skulle kunna skilja sig på detaljnivå på grund av subjektivitet, något som skulle kunna synas om samma data samlas in vid ett senare tillfälle. Detta gjorde att den gemensamma tolkningen av meningar varit nödvändig.

Interbedömarreliabilitet innebär att fler observatörer ökar risken för subjektiva bedömningar vid datainsamling, vilket gör att tolkningar och resultat kan variera vid kodning av det insamlade materialet (Bryman & Bell 2013 s.171). För studien har ett reliabilitetstest gjorts, vilket Esaiasson et al. (2017, ss. 64–65) skriver är ett jämförande av samma mätinstrument vid olika tillfällen för att se om resultatet fluktuerar eller ej. Testets resultat visade att tolkningarna av meningarna var olika. Detta gjorde att hållbarhetsredovisningarna behövdes studeras tillsammans för att säkerställa att meningarna tolkades i enlighet med hur kodningsschemat fastställdes. Eliasson (2013) menar att en hög reliabilitet bidrar till att förutsättningarna för hög validitet ökar, detta eftersom det finns en säkerhet i den data som samlats in och att det skett på ett noggrant sätt. Detta har gjort att interbedömarreliabiliteten kan anses som hög eftersom vi tillsammans framställt resultatet med hjälp av kodningsmanualen.

Begreppet validitet bedömer om studien mäter det som den är avsedd att mäta. Detta innebär att den empiriska undersökningen besvarar det teoretiska, det vill säga de problem och frågor

som studien ska besvara. Däremot sker undersökningen på den operationella nivån vilket redovisar hur materialet ska samlas in (Esaiasson et al. 2017, s. 58). För att minimera att resultatet inte blivit påverkat av individuella uppfattningar har avsnitten om “responsible gaming” undersökts noggrant för att fånga all betydelsefull information. Kontrolläsning av de inhämtade meningarna har även gjorts för att kunna dra mer valida slutsatser för att minska osäkerhet om studiens validitet.

Inom kvantitativ forskning är begreppsvaliditet ett kriterium som innebär att de teoretiska begreppen måste översättas till en uppsättning av variabler vilka sedan mynnar ut i frågor eller kategorier som anses relevanta för studien (Patel & Davidson 2011 s. 102). En översättning av de teoretiska begreppen till en uppsättning av variabler blir praktiskt nyttig eftersom författaren kan eliminera systematiska fel i undersökningen (Esaiasson et al. 2017 s. 59). De fyra variablerna, som framställdes utifrån RGC:s standarder, anses vara relevanta för studien, dels för att standarderna är framtagna av en organisation som förser casino- och nätspelsföretag med riktlinjer för socialt ansvarstagande och dels för att företagen i undersökningen redovisat delar från dessa standarder men utifrån andra riktlinjer.

4. Empiri

I avsnittet introduceras de undersökta företagen innan resultatet från de granskade hållbarhetsredovisningarna återges i text med tillhörande tabeller. Tabellerna visar vilken poäng företagen fått för sina meningar under åren 2013–2017.

4.1 888 Holding PLC

888 Holding PLC är en onlinespelsleverantör som erbjuder kunderna spel på huvudsajterna 888casino, 888poker, 888bingo och 888sport. Bolaget är noterat på London Stock Exchange. Under åren 2013–2017 hade företaget ett genomsnitt på 1319 medarbetare och omsatte senaste räkenskapsåret lite mer än 4 700 MSEK. 888 Holding PLC tillämpar UN Global Compact i sina hållbarhetsredovisningar.

Tabell 4.1 visar att 888 Holding PLC under de undersökta åren sakta men säkert ökat antalet meningar som antogs tillhöra variabeln “Ansvarstagande”. De har under åren använt identiska meningar i stor utsträckning men har även utvecklat dessa över tid. Under variabeln “Intern träning” fanns tre identiska meningar med under åren 2013–2016 vilka under 2017 tillsammans sammanfördes till en mening. Även under variabeln “Verktyg” minskade antalet meningar vilket gjorde att den sammanlagda poängen från 2017 blev lägre (5) än den från 2016 (8).

Tabell 4.1 – 888 Holding PLC poäng

	888 Holdings PLC					
	2013	2014	2015	2016	2017	
Variabel						Summa
Ansvarstagande	2	2	3	4	5	16
Spelproblem	0	0	0	0	0	0
Verktyg	3	3	3	3	1	13
Träning	1	1	1	1	0	4
Summa	6	6	7	8	6	33

4.2 Betsson AB

Betsson AB är ett holdingbolag som är börsnoterat på Nasdaq Stockholm Large Cap. Bolaget äger och förvaltar dotterbolag som bedriver olika sorters spelverksamheter på internet. Från år 2013–2017 hade Betsson AB ett medeltal anställda på 1505 personer och under 2017 omsatte koncernen 4 716 MSEK. Mellan åren 2013–2016 redovisade Betsson AB sina

hållbarhetsredovisningar enligt UN Global Compact men upprättar 2017 enligt GRI:s standard.

Tabell 4.2 visar att Betsson AB under de två första åren använde sig av identiska meningar vilket gjorde att ingen del i det undersökta avsnittet förändrades under årets gång. 2015 års hållbarhetsredovisning var däremot omskapad jämfört med tidigare år vilket tydligast kan ses på resultatet av variabeln “Ansvarstagande” där antalet meningar fördubblades samtidigt som meningar från tidigare år skrevs om. Poängmässigt stagnerade den totala summan efter år 2015. Även om Betsson AB för första gången 2017 upprättade hållbarhetsredovisning enligt GRI:s standard blev den totala mängden meningar densamma som för år 2015.

Anmärkningsvärt var att variabeln “Verktyg” från år 2014 till 2015 endast ökade med en poäng trots att företaget för första gången tydligt redovisat vilka verktyg de gjort tillgängliga åt användare. Trots att Betsson AB år 2015 och 2017 redovisat fler meningar innehållande variabelerna än vad de gjorde år 2016 (27, 27 respektive 26) noterades år 2016 den högsta poängen för alla år (11).

Tabell 4.2 – Betsson AB poäng

	Betsson AB					Summa
	2013	2014	2015	2016	2017	
Variabel						
Ansvarstagande	2	2	5	4	3	16
Spelproblem	1	1	0	1	1	4
Verktyg	2	2	3	3	3	13
Träning	1	1	2	3	3	10
Summa	6	6	10	11	10	43

4.3 Kindred Group PLC

Kindred Group PLC är ett online-casinobolag beläget på Malta. Företaget använde sig tidigare av namnet Unibet Group PLC men bytte till Kindred Group PLC i december 2016. De är börsnoterade på Nasdaq Stockholm Large Cap och hade under åren 2014–2017 ett genomsnittligt antal medarbetare på 1024. Under räkenskapsåret 2017 omsatte bolaget lite drygt 8 965 MSEK. Kindred Group PLC hållbarhetsredovisade under åren 2013–2016 genom egna metoder men upprättade sin hållbarhetsredovisning 2017 enligt GRI:s standard.

I Tabell 4.3 syns det tydligt att Kindred Group PLC:s avsnitt om “responsible gaming” från 2017 sticker ut från mängden. Detta var första gången som företaget upprättat hållbarhetsredovisning som inte var integrerad i den stora årsredovisningen. Det var även första gången som företaget upprättat hållbarhetsredovisning enligt GRI:s standard. Företaget fick högsta poäng på variablerna “Ansvarstagande” och “Verktyg” och noterades även för första gången med poäng på alla variabler. Under de föregående åren syns poängen på alla variabler, förutom “Ansvarstagande”, låg och de flesta av fallen fick företaget inget poäng för sina meningar. Något Kindred Group PLC däremot gjorde jämfört med föregående företag var att inte redovisa identiska meningar från tidigare år. Även om meningarna till stor del innehåll samma ord var ingen av meningarna uppbyggd på samma sätt som någon tidigare.

Tabell 4.3 – Kindred Group PLC poäng

	Kindred PLC					Summa
	2013	2014	2015	2016	2017	
Variabel						
Ansvarstagande	6	4	6	5	7	28
Spelproblem	0	0	0	1	4	5
Verktyg	0	0	0	0	7	7
Träning	1	1	0	0	2	4
Summa	7	5	6	6	20	44

4.4 Olympic Entertainment Group AS

Olympic Entertainment Group AS är ett koncernbolag som driver olika casinobolag inom de baltiska staterna och är noterade på Tallin Stock Exchange i Estland. Mellan åren 2013–2017 har koncernen redovisat ett medeltal anställda på 2847 personer och omsatte år 2017 ungefär 2 260 MSEK. Olympic Entertainment Group AS upprättar sina hållbarhetsredovisningar genom egna metoder.

Tabell 4.4 visar att Olympic Entertainment Group AS framfört identiska meningar år för år i de undersökta hållbarhetsredovisningarna. Den sammanställda summan av poäng håller sig därför oförändrad efter varje redovisat år. Företaget var det enda som inte la till eller tog bort en enda ny mening under något av åren och har därför inte förändrat sin hållbarhetsredovisning alls under de fem räkenskapsåren.

Tabell 4.4 – Olympic Entertainment Group AS poäng

	Olympic Entertainment Group AS					Summa
	2013	2014	2015	2016	2017	
Variabel						
Ansvarstagande	4	4	4	4	4	20
Spelproblem	3	3	3	3	3	15
Verktyg	0	0	0	0	0	0
Träning	0	0	0	0	0	0
Summa	7	7	7	7	7	35

4.5 PaddyPower Betfair Group PLC

PaddyPower Betfair Group PLC är ett spelbolag som erbjuder sports betting-system och spelprodukter online, främst i Storbritannien men även internationellt. Bolaget är beläget på Irland och är börsnoterade på London Stock Exchange. Genomsnittet anställda under åren 2013–2017 uppgick till cirka 7000 och spelbolaget omsatte lite drygt 20 800 MSEK år 2017. PaddyPower Betfair Group PLC har i de undersökta hållbarhetsredovisningarna tillämpat egna metoder vid upprättandet.

Tabell 4.5 visar att det mest anmärkningsvärda med PaddyPower Betfair Group PLC:s redovisning om “responsible gaming” är den stora skillnaden i antalet meningar och poäng från år 2015 till 2016. Variabeln “Verktyg” antecknades för 15 meningar år 2015 men bara för två stycken nästkommande år. År 2017 noterades “Verktyg” för elva poäng vilket blev ett hopp tillbaka även om de inte noterades för högsta möjliga poäng. Något företaget även gjort, likt Kindred Group PLC, är att inte ha redovisat identiska meningar från tidigare år utan istället formulerat sig på olika sätt för den utvalda saken. “Ansvarstagande” registrerade flest poäng och flest meningar varje år förutom 2017. I övrigt höll företaget endast en jämn poängnivå för variabeln “Spelproblem” som endast 2017 fick poäng (1).

Tabell 4.5 – PaddyPower Betfair Group PLC poäng

	PaddyPower Betfair Group PLC					
	2013	2014	2015	2016	2017	
Variabel						Summa
Ansvarstagande	7	6	7	4	3	27
Spelproblem	0	0	0	0	1	1
Verktyg	4	3	7	0	5	19
Träning	2	3	2	0	0	7
Summa	13	12	16	4	9	54

4.6 William Hill PLC

William Hill PLC är ett brittiskt vadhållningsbolag som bedriver spelverksamhet över hela världen i såväl fysisk form som internetbaserad form. Bolaget är börsnoterat på London Stock Exchange och sina huvudkontor i Storbritannien, Gibraltar och Irland. Mellan åren 2013–2017 har företaget i genomsnitt haft cirka 16000 anställda och omsatte år 2017 ungefär 17 870 MSEK. William Hill PLC använder sig av UN Global Compact vid upprättandet av sina hållbarhetsredovisningar.

Tabell 4.6 visar att William Hill PLC, liksom de flesta företag i studien, endast noterats för noll eller ett poäng för meningar gällande variabeln "Spelproblem". Istället har meningar om "Ansvarstagande" redovisats många gånger och inbringat poäng. Anmärkningsvärt sjönk den totala poängen från år 2015 till 2016 från 14 poäng till nio poäng för att sedan stanna på 13 poäng 2017. Företagets bästa poäng angavs för räkenskapsåret 2015 (14) medan de 2017 noterades för flest meningar (35) men bara noterades för 13 poäng.

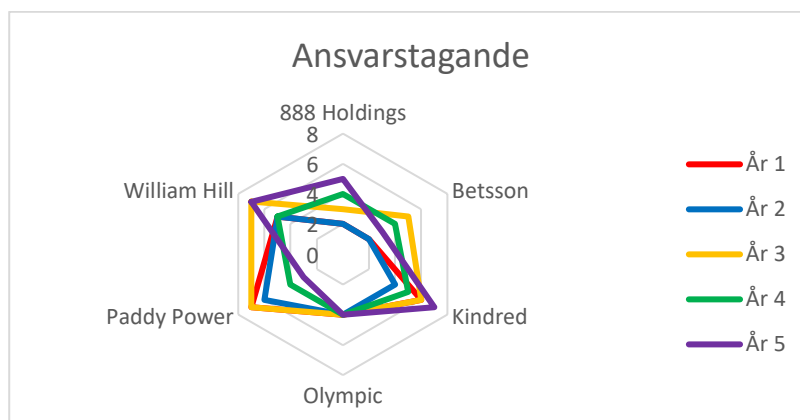
Tabell 4.6 – William Hill PLC poäng

	William Hill PLC					
	2013	2014	2015	2016	2017	
Variabel						Summa
Ansvarstagande	5	5	7	5	7	29
Spelproblem	0	1	0	0	1	2
Verktyg	2	5	6	2	4	19
Träning	1	0	1	2	1	5
Summa	8	11	14	9	13	55

5. Analys

I analysavsnittet har tidigare studier och övrig referensram lagts sida vid sida med resultatet från empiriavsnittet. Varje variabel har först jämförts i en attributfigur mellan företagen och sedan analyserats där de högst utmärkande dragen även exemplifierats och diskuterats.

5.1 Ansvarstagande



Figur 5.1 – Poänggivande attributfigur för "Ansvarstagande"

Ansvarstagande beskrivs av de flesta företagen som en viktig del i det strategiska arbetet för att stävja spelproblem. Meningar för variabeln "Ansvarstagande" har för företagen varit mest poänggivande enligt tabellerna i kapitel 4. De flesta företagen har visat tydliga förändringar under åren i sin vidareutveckling av strategier för att förbättra sitt ansvarstagande mot spelproblem, däremot har Olympic Entertainment Group AS inte redovisat några förändringar vilket tydligt syns i bilaga 4. Detta går emot en av slutsatserna som Borglund et al. (2010) redovisar: att arbetet mot en hållbar utveckling varit detsamma men redovisningen av arbetet har förbättrats och blivit tydligare. Det går däremot att argumentera för att företaget anser att de är tydliga i sin redovisning eftersom de inte förändrat något under åren. De uppnår legitimitet och uppfyller det sociala kontrakt som Deegan och Unerman (2011, s. 325) beskrivit. De nämner även att det som tidigare betraktats som acceptabelt för casino- och nätspelsföretag i dagsläget kan vara förändrat och till och med förbjudet, vilket inte stämmer överens med vad Olympic Entertainment Group AS redovisar. Företaget redovisar övergripande om sina ställningspunkter och inte hur de går tillväga för att kunna anses vara ansvarstagande om sina kunder. Exempelvis skriver företaget att de är stolta över sina höga etiska standarder (se bilaga 4). Hur dessa standarder ser ut är inget vi får ta del av i hållbarhetsredovisningen under något av åren. Olympic Entertainment Group AS skriver även att de har välutvecklade program för ansvarsfullt spelande som de sedan inte redovisar för hur de fungerar. Detta har företaget skrivit varje år och eftersom ingen förändring gjorts

går det att hävda att EU-direktivet 2014/95/EU inte tagits till hänsyn av företaget. Direktivet säger att företaget ska ge upplysningar i den utsträckning som krävs för att förstå företagets utveckling. Samtidigt går det inte att säga att det som redovisats är fel eftersom samma text använts under de undersökta åren. Det kan istället tyda på att företaget uppnått en viss legitimitet för att fortsätta existera eftersom de tidigare frivilligt upprättat hållbarhetsredovisningar, precis som Samkin och Schneider (2010) hänför.

5.1.1 Greenwashing

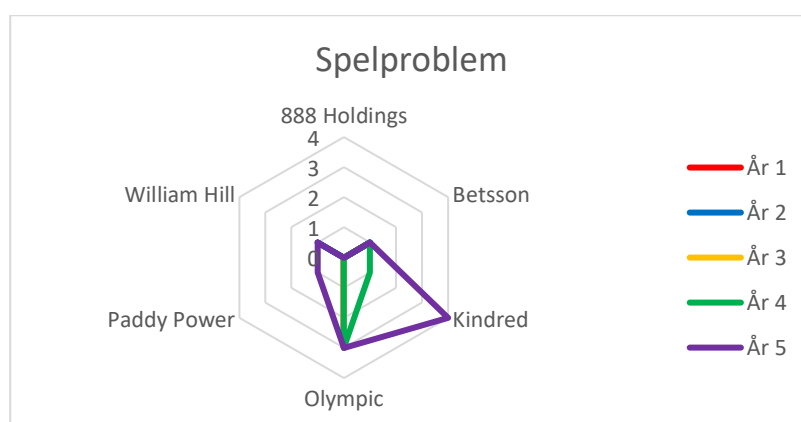
Mycket av det som beskrivs är en redovisning av företagens sätt att motverka spelproblem genom exempelvis investeringar i olika resurser och verktyg. Detta är något som Kindred Group PLC och William Hill framför men endast på ett ytligt sätt. Kindred Group PLC skriver att de arbetar med ett antal olika verktyg och kontinuerligt utvecklar dessa medan William Hill PLC även beskriver sig utveckla sina verktyg och sin approach för att bygga en långsiktig verksamhet som ska gynna alla intressenter (se bilaga 3 & 6). Betsson AB redovisar en utmärkelse som de varit nominerad till gällande eget initiativtagande om ansvarstagandet och förklarar sitt initiativtagande som internationellt igenkänt (se bilaga 2). Medan Gillespie (2008) resonerar om företag medvetet redovisar positiva företeelser för att styra bort den negativa synen av företagets verksamhet, kan det som företagen redovisat visa sig vara av denna form. Detta kallar Fagerström och Hartwig (2016) för "cherry picking" och Delmas och Durban (2011) för greenwashing. Cho et al. (2010) anser att redovisning av de negativa effekterna kan ge en positiv bild av företaget genom att visa hur de negativa effekterna kan motverkas. 888 Holding PLC skriver i sin hållbarhetsredovisning 2017 att de under året blivit undersökta av UKGC (United Kingdom Gambling Commission) som upptäckte att företaget vid tidigare tillfällen varit långsamma i sitt arbete med att hjälpa flertalet användare med spelproblem (se bilaga 1). Det är något företaget säger sig ha förbättrat i efterhand för att förhindra att det uppstår igen. Detta är det enda negativa som går att hitta från något av företagens hållbarhetsredovisningar. Inget annat företag har redovisat något ur ett negativt perspektiv, vilket gör det svårt att se Cho et al. (2010) resonemang som tillämbart.

5.1.2 Kommunikation

Farooque och Ahulus (2017) skriver att ett företags branschtillhörighet är en betydelsefull omständighet för hur mycket hållbarhetsrelaterad information som ska redovisas. Dessa

skapas, enligt Lounsbury (2008), genom konsekvenser av aktiviteter och sociala handlingar vilka format den legitimitet som företagen förväntas uppnå. Detta kan vara en förklaring till varför casino- och nätspelsföretagens hållbarhetsredovisningar i en viss utsträckning liknar varandra. De aktiviteter och sociala handlingar som redovisas skiljer sig mellan företagen i studien, trots att de redovisar inom samma områden. Även de företag som tillämpar samma ramverk redovisar olika. Det går i viss mån emot det som Brown et al. (2009) skriver, att företag som tillämpar olika slags ramverk tenderar få redovisningen om socialt ansvarstagande i en bransch att efterlikna varandra. Betsson AB och Kindred Group PLC tillämpar år 2017 GRI:s riktlinjer för hållbarhetsredovisning men visar tydliga skillnader i antalet redovisade meningar och sidor (se bilaga 2 & 3). Medan Betsson AB upprättat en integrerad hållbarhetsredovisning har Kindred Group PLC inte integrerat sin i årsredovisningen. Det har därför varit svårt att jämföra företagens hållbarhetsredovisningar trots att de tillämpar samma ramverk. Att jämföra har ansetts vara GRI:s styrka (Anderson & Abensour 2017) men den är svår att finna utifrån studiens inhämtade data. Företagen har inte tillämpat ramverken tidigare vilket även gör det svårt att jämföra med tidigare års hållbarhetsredovisningar. Hade företagen redovisat enligt GRI:s riktlinjer under flera år hade Anderson och Abensours (2017) uttalande troligtvis kunnat anses korrekt, vilket även stödjer Li et al. (2014) förklaring om ett ökat förtroende för företaget från allmänheten vid tillämpning av olika ramverk vid kommunikering. Skulle kommunikationen istället, av intressenterna, anses vara misslyckad kan det leda till att företag får ett sämre rykte, något som Eriksson (2002) pekat ut som möjligt.

5.2 Spelproblem



Figur 5.2 – Poänggivande attributfigur för "Spelproblem"

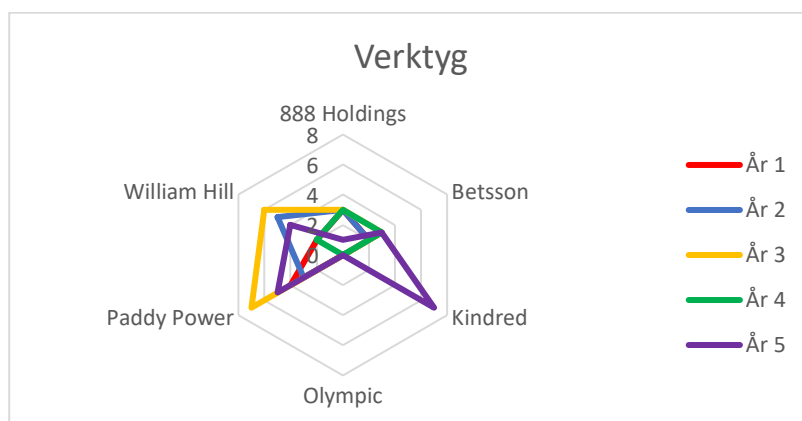
Det redovisade resultatet i antalet meningar för variabeln "Spelproblem" är relativt jämnt över åren mellan de olika företagen. De som däremot avviker mest från de andra företagen är Olympic Entertainment Group AS som redovisade ett betydligt högre genomsnitt antal meningar än de andra företagen men som å andra sidan inte vidareutvecklat sina strategier, vilket Leung och Snell (2015) uttrycker som vanligt. De som redovisat ett färre antal meningar redovisar även snarlika meningar över åren. Antalet meningar är oftast densamma men företagen har omformulerat dessa för att tydliggöra sitt ställningstagande, något som Borglund et al. (2010) hävdar är vanligt utifrån resultatet från sin undersökning. Detta syns mest tydligt i William Hill PLC:s meningar för variabeln (se bilaga 6). 2013 skriver företaget att det inte finns något bevis på att en enskild produkt orsakar spelproblem, en mening de ändrar om 2014 och istället skriver att användare med spelproblem använder flera olika produkter. Ingen av meningarna säger något om företagets arbete mot spelproblem utan mer om hur människor med spelproblem får problem eller bibehåller de. Eftersom meningarna om spelproblem är få är det svårt att se likheter och skillnader i enlighet med vad Perez och Sanchez (2009) samt Szczepankiewicz & Mucko (2016) framför i sina studier. De talar om låg transparens och eftersom företagen i undersökningen redovisat ytterst få meningar om spelproblem går det att se likheter med vad författarna sagt och vad vår undersökning visar.

Eftersom Churchill och Farell (2018) skriver att nätspel är ett stort problem i dagens samhälle går det att påstå att företagen bör redovisa fler meningar om problemet och hur det hanteras. Det finns dessvärre inga tydliga riktlinjer eller lagar som hänvisar hur företag ska lämna upplysande information om spelberoendet i sina hållbarhetsredovisningar (Europeiska kommissionen u.å.). Kindred Group PLC redovisade under de fyra första åren få meningar för variabeln "Spelproblem" för att under det sista året få 4 poäng där de även redovisade enligt GRI:s riktlinjer för första gången. De redovisar om vad och hur de letar efter olika typer av spelare och kategoriserar dessa enligt fyra typer: den sociala; den regelbundna; problemspelaren och den sjukliga spelaren (se bilaga 3), en klar förändring jämfört med hur de tidigare redovisat för variabeln. Eftersom det även var första året som EU-direktivet 2014/95/EU började gälla så kan det ha varit en förklaring att antalet meningar ökat. Redovisningen för 2017 var omfattande i jämförelse med tidigare års information, något som inte kan sägas om Betsson AB:s redovisning år 2017. De tillämpade också GRI:s riktlinjer för år 2017 men visar inte några större skillnader i poäng från året innan. Resultatet från detta stämmer inte riktigt överens med vad Brown et al. (2009) hävdar: att tillämpning av ramverk tenderar att få företags rapportering att likna varandra.

5.2.1 Positiv publicitet

Majoriteten av företagen redovisar en förvrängning av problemen som de själva skapar, detta genom att erbjuda olika spel och samtidigt påstå att en specifik produkt inte skapar spelproblem. Det syns tydligast i PaddyPower Betfair Group PLC och William Hill PLC:s redovisningar under åren (se bilaga 5 & 6). De styrker även detta med att säga att det finns forskningsbevis för att sin redovisning är korrekt, utan att närmare precisera vilka bevis de menar. Detta står i linje med vad Delmas och Durbano (2011) hänför om greenwashing. Företagens positiva kommunikation om de negativa effekterna av en produkt gör inte produkten bättre, å andra sidan går det att jämföra med Belal och Coopers (2011) undran om varför företag skulle vilja redovisa negativa aspekter från ett negativt perspektiv. I detta fall skulle greenwashing kunna ses som positivt eftersom ett negativt redovisande skulle inbringa negativ publicitet, något som även kan påverka företagets ekonomiska situation negativt. I likhet med detta ser vi även att 888 Holdings PLC:s redovisande är av förvrängande karaktär. De är medvetna om att spelproblem endast påverkar en minoritet av befolkningen, en minoritet som trots allt påverkas av företagets tjänster och produkter (se bilaga 1). Detta är en mening som företaget oförändrat har med i hållbarhetsredovisningen under åren 2013–2016. Eftersom samma mening fanns med fyra år i rad går det att ifrågasätta hur väl medvetna de är om spelproblem och att det endast påverkar en minoritet av befolkningen. Guidry och Patten (2010) tror sig att företag vinklar sin information till sin fördel för att vilseleda intressenter och framstå som medvetna om sina brister. Det kan därför se ut som att företagen inte är villiga att ändra sitt arbete och beteende mot att stävja spelproblem. Alvesson och Svensson (2008) menar att företag måste förändra sina arbetsprocesser över tid för att fortsätta konkurrera med andra företag på sin marknad och något som hela organisationen måste engagera sig i. En förändringsprocess kräver god kommunikation för att på sikt öka intressenternas förtroende för företaget, något som Scott och Jaffe (1988) tidigare ansett vara svårt att uppnå.

5.3 Verktyg



Figur 5.3 – Poänggivande attributfigur för "Verktøy"

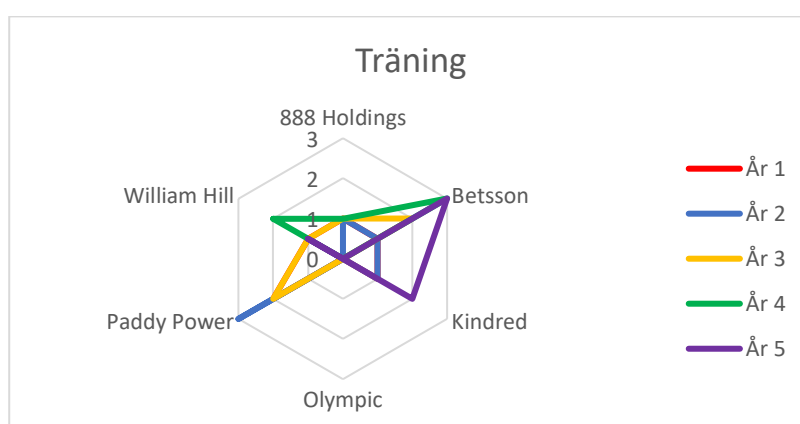
Perez och Sanchez (2009) säger att det är svårt att jämföra företag i samma bransch eftersom olika metoder används vid upprättande av hållbarhetsredovisning. Flera av företagen redovisar olika tidsperioder för när det självexkluderande verktyget kan gälla. Den mest vanliga tidsperioden har av företagen angivits vara sex månader men under senare år har några företag framställt ett större spann av möjliga avstängningsperioder. PaddyPower Betfair Group PLC redovisar att användare kan stänga av sig själva i 1 år, 3 år, 5 år eller för evigt (se bilaga 5). Betsson AB redovisar färre alternativ under samma tidsspann och 888 Holdings PLC skriver att användare kan exkludera sig genom sex olika tidsperioder, allt från en dag till sex månader eller mer (se bilaga 1 & 2). Alla tre företag använder sig av olika ramverk och metoder i sitt upprättande vilket kan vara en anledning till att detta är en av få aspekter som går att jämförbara i företagens hållbarhetsredovisningar.

Alla företag förutom Olympic Entertainment Group AS redovisar att de erbjuder alla sina användare insättningsgränser för att stävja spelproblem. Det är dessvärre bara William Hill PLC som mer djupgående förklarar gränserna och vidareutvecklar dessa under årens gång. För år 2014 har gränsen varit 250 £ eller 30 minuters spelande medan den under 2017 istället ändrats till att vara 150 £ eller 20 minuters spelande (se bilaga 6). Detta går emot det Leung och Snell (2015) förklarar, att företag inte vidareutvecklar sina verktyg. Leung och Snells (2015) uttalande stämmer däremot överens med vad de andra företagen redovisat eftersom de inte nämner sig tillämpa några liknande gränser som William Hill PLC gör. Miller och Michelson (2012) skriver att företag som inte vidareutvecklar sina strategier inte är tillräckligt insatta i standarderna vilket skulle kunna vara fallet här.

5.3.1 Hjälpfulla verktyg?

Vissa företag går in djupare i sina verktygsbeskrivningar, vilket gör att poängsättningen skiljer sig mellan åren och företagen. William Hill PLC och Kindred Group PLC redovisar under sista året antalet användare som använt sig av självavstängningsverktyget, något som Szczepankiewicz & Mucko (2016) påstår kunna öka jämförbarheten av hållbarhetsredovisningarna. Dessvärre redovisas detta på olika sätt, av William Hill PLC antalet användare och av Kindred Group PLC antalet procent av användarna (se bilaga 3 & 6). Vi vet inte hur stor andel av William Hill PLC:s användare som använt verktyget, vilket gör det svårt att jämföra företagens siffror. PaddyPower Betfair Group PLC skriver 2017 att fler kunder använt företagets olika verktyg som möjliggör att företaget snabbare kan hjälpa kunderna (se bilaga 5). Även från detta påstående går det inte att fastställa hur många som faktiskt använt verktygen. Det finns en efterfrågan på verktygen, däremot hävdar Walker et al. (2014) att verktygen inte bevisats hjälpa användarna eftersom det logiskt sett ska minska användarnas förluster. Om verktygen minskat användarnas förluster är något som företagen inte redovisar, vilket stödjer uttalandet från Walker et al. (2014). Det går däremot att anta att kunder som använt verktygen minskat sina förluster under den period de valt att stänga av sig själva, vilket trots allt talar för att verktygen hjälper de kunder som testat stänga av sig under en viss period.

5.4 Träning



Figur 5.4 – Poänggivande attributfigur för "Träning"

Hancock et al. (2008) skriver att företag erkänner sina skador genom att avsätta stora summor för vidareutbildning i ansvarsfullt spelande och vidare forskning om problemet. Företagen i

studien erbjuder sina medarbetare olika former av vidareutbildningar och de flesta företagen skriver att de stödjer forskning på olika sätt, något som stämmer överens med Hancock et al. (2008) uttalande.

Inget av företagen har fått höga poäng för sitt redovisande av variabeln "Träning". Detta kan verka vara lätt att jämföra eftersom antalet meningar inte skiljer sig mellan företagen, däremot finns det skillnader i innehållet. Likheterna är att företagen erbjuder utbildning till sina anställda men metoderna skiljer sig åt och redovisas på olika sätt. Detta går i linje med vad Perez och Sanchez (2009) påpekar, att likvärdighet i informationen brister vilket försvårar möjligheten att jämföra hållbarhetsredovisningar. Jones et al. (2009) skriver att företag i stort sett svarar på de olika frågorna som berör CSR men innehållet i redovisningarna är olika, något som även går i linje med det undersökta materialet. Kindred Group PLC och William Hill PLC har redovisat hur många timmar träning som medarbetare genomgått samt hur mycket pengar som lagts ner (se bilaga 3 & 6). Å andra sidan har Betsson AB redovisat hur många medarbetare som genomgått utbildningar för att stävja ansvarsfullt spelande (se bilaga 2). Övriga företag har endast redovisat att de lär upp sina medarbetare men skriver inte i vilken mängd och hur mycket det kostat, något som gör jämförbarheten svår. Det kan även leda till vilseledande av intressenter, detta eftersom företagen inte redovisar det faktiska arbetet som de gör utan endast bygger upp en legitimitet om att de vidareutbildar medarbetare. Detta är något som Mahoney et al. (2012) påpekar och som Fagerström och Hartwig (2016) kallar för "cherry picking".

PaddyPower Betfair Group PLC redovisar mellan 2013–2015 att de utvecklar sina träningsprogram för medarbetare och lägger vikt på att programmet regelbundet reviderats av GamCare (se bilaga 5). Under de två sista åren är detta inget som nämns i företagets hållbarhetsredovisning där de istället endast skriver att alla medarbetare måste få träning i ansvarsfullt spelande för att kunna hantera kunder med oregelbundet spelande. Det kan vara så att företaget inte anser att de behöver redovisa mer för att uppnå en viss legitimitet i frågan. Reast et al. (2012) skriver i sin studie att det är svårt att konstatera hur företag uppnår legitimitet men att de tillsammans med maktfulla intressenter kan eliminera det skadliga, något som PaddyPower Betfair Group PLC gjort förut men som inte tas upp i hållbarhetsredovisningarna för år 2016 och 2017 (se bilaga 5).

5.4.1 Den goda sidan

Resultatet från Kindred Group PLC och William Hill PLC redovisning om summorna som lagts på vidareutbildning för sina medarbetare kan kopplas till Hahn och Lülfs (2013) slutsats om att företag målar upp en god sida mot läsare (se bilaga 3 & 6). Genom att redovisa hur stora resurser som läggs på träning går det att förmoda att spelproblem kommer lösa sig. Oavsett hur mycket företagen tränar sina anställda menar Reast et al. (2012) att det inte endast är företagets ansvar att hantera spelproblem. Intressenterna spelar även en roll när det gäller att motarbeta spelproblem. Stöd från de som Clarkson (1995) definierar som primära intressenter kan tillsammans med motståndsrörelsen eliminera det skadliga och hjälpa företag få en större form av legitimitet, en legitimitet som Tilling (2004) anser är viktig för den fortsatta driften. Det går återigen att nämna Eriksson (2002) beskrivning om att misslyckad kommunikation från verksamheten bidrar till negativ publicitet. Företagen ter sig därför framföra sig på ett försiktigt sätt i dessa hållbarhetsredovisningarna, vilket skulle kunna vara för att dessa redovisningar fått en allt mer betydande roll för intressenterna de senaste åren (Bonsón & Bednárová 2015).

5.5 Strategiutveckling

Kindred Group PLC valde för år 2017 att redovisa en hållbarhetsredovisning som inte var integrerad i företagets årsredovisning. Den omfattande hållbarhetsredovisningen visar att företaget förändrat och vidareutvecklat sina strategier, något som kan styrkas av slutsatserna från Borglund et al. (2010). De har försökt förstå hur GRI ska användas och implementeras, vilket troligtvis gjort att många fler medarbetare fått en ökad medvetenhet om företagets arbete och även gjort företagets redovisning tydligare. Förändringar i det redovisade arbetet om ansvarstagandet gör även företaget medvetet om att innehållet påverkar intressenterna, något som Bartels et al. (2008) skriver i sin studie.

Även Betsson AB redovisade 2017 enligt ramverket GRI. De hade under flera år skrivit i sin hållbarhetsredovisning att det var först detta år som GRI skulle börja tillämpas. Det är dessvärre svårt att se någon vidare utveckling i antalet meningar eftersom de fått liknande poäng under de två föregående åren och sett till vad meningarna säger är skillnaden från tidigare år liten. Under variabeln ”Verktyg” skriver Betsson AB att av sina nya kunder under fjärde kvartalet för räkenskapsåret valde 12,6 % att upprätta insättningsgränser (se bilaga 2). Samma mening visar att 10,5 % av nya kunder under samma period föregående år gjorde

detta. Sådan information kan generera intresse för såväl primära som sekundära intressenter vilket Clarkson (1995) påpekar. Företaget visar aktieägarna att de erbjuder insättningsgränser och att de tar hand om nya användare, de visar även media att insättningsgränserna fungerar för en del av de nya användarna och att antalet användare som valt en insättningsgräns ökat procentuellt.

Även Betsson AB redovisade 2017 enligt ramverket GRI. De hade under flera år skrivit i sin hållbarhetsredovisning att det var först detta år som GRI skulle börja tillämpas. Det är dessvärre svårt att se någon vidare utveckling i antalet meningar eftersom de fått liknande poäng under de två föregående åren och sett till vad meningarna säger är skillnaden från tidigare år liten. Under variabeln ”Verktyg” skriver Betsson AB att av sina nya kunder under fjärde kvartalet för räkenskapsåret valde 12,6 % att upprätta insättningsgränser (se bilaga 2). Samma mening visar att 10,5 % av nya kunder under samma period föregående år gjorde detta. Sådan information kan generera intresse för såväl primära som sekundära intressenter vilket Clarkson (1995) påpekar. Företaget visar aktieägarna att de erbjuder insättningsgränser och att de tar hand om nya användare, de visar även media att insättningsgränserna fungerar för en del av de nya användarna och att antalet användare som valt en insättningsgräns ökat procentuellt.

5.6 Jämförbarhet

Samtliga företag, förutom Olympic Entertainment Group AS, redovisar en form av självexkluderande verktyg. Detta verktyg beskrivs som ett sätt att hjälpa kunderna, med spelproblem, att själva stänga av sig från spelplattformerna och minska sitt spelande. 888 Holdings PLC skriver att de har ett självexkluderande verktyg men använder samma mening under åren vilket gör att det går att tro att företaget inte utvecklat sitt verktyg under tidsspännet (se bilaga 1). Betsson AB skrev först i hållbarhetsredovisningen för 2016 att de har ett självexkluderande verktyg men använder precis som 888 Holdings PLC samma mening 2017 (se bilaga 2). Det går inte att se om något företag tagit grunder från ett annat företags verktyg och skapat ett eget. Däremot liknar de olika företagens verktyg varandra, något som DiMaggio och Powell (1983) hänför vara vanligt för företag i samma bransch. Även Gauthier (2013) påpekar att osäkerheten inom branschen leder till att informationen som kommuniceras är lika. Vi kan inte heller, precis som Song et al. (2014) menar, mäta om ett företag imiterat ett annat eftersom innehållet skiljer sig. William Hill PLC och Kindred

Group PLC redovisade i siffror hur de självexkluderande verktygen hade fungerat under de sista åren (se bilaga 3 & 6). Medan William Hill PLC redovisade det exakta antalet självexkluderande användare redovisade Kindred Group PLC det procentuella antalet användare som använt verktyget. Ett enhetligt resultat gick därför inte att generera för att jämföra verktygens effektivitet. Hur pass effektiva dessa verktyg var under perioden blir därför svårt att säga, något som kan vara kopplat till greenwashing i enlighet med Lyon och Montgomerys (2016) uttalande eftersom det fortfarande påverkar miljön på ett dåligt sätt men redovisas med positiv kommunikation.

Sett till Kim och Fergusons (2016) utvalda dimensioner om effektivitet finns det några av dessa som skulle kunna nämnas som representativa i företagens redovisningar. En som redan figurerat i avsnitt 5.1.1 och 5.2.1 är företagets förhållningssätt. På ett positivt sätt har de negativa effekterna med spelproblem och företagets tjänster redovisats vilket må öka effektivitetsgraden av innehållet. För flera av företagets strategier och verktyg har även en tredjepart tagits med för att stärka upp sina åtaganden och försöka visa intressenter att det som utfärdats är bra. Pang et al. (2018) uttalande om att företag kan ställa sig tveksamma till att lyfta företaget i hållbarhetsredovisningen kan därför anses olämpligt mot hur företagen i studien redovisat. Dimensioner som flera företag å andra sidan inte representerat i samma mängd är bland annat informativitet och transparens. Olympic Entertainment Group AS är det mest tydliga exemplet som under åren redovisat exakt samma meningar för varje variabel (se bilaga 4). Företaget visar på så sätt inte upp någon hög grad av transparens och är inte heller informativa i det som redovisas. Precis som det nämns i avsnitt 5.1 skriver företaget att de är stolta över sina etiska standarder, standarder som inte nämns i hållbarhetsredovisningen mer än så. Flera av företagen saknas informativitet och transparens på olika punkter men enligt Kim och Ferguson (2016) är det trots det företaget själva som bäst kan bedöma om redovisningen kan behandlas som effektiv.

6. Slutsatser

I detta kapitel summeras undersökningen utifrån syftet och studiens forskningsfrågor besvaras. Till sist framförs förslag till vidare forskning om det sociala ansvarstagandet inom hållbarhetsredovisning.

6.1 Slutsatser

Syftet med denna studie var att, mellan de undersökta företagen, jämföra det redovisade sociala ansvarstagandet mot spelberoende och spelproblem för att uppfatta effekter av globala ramverk och direktiv inom hållbarhetsredovisning.

Den första forskningsfrågan var:

- Har företagens redovisning av sitt sociala ansvarstagande förändrats över tid?

Majoriteten av företagen har förändrat sin hållbarhetsredovisning över tid och vissa på ett mer tydligt sätt. Resultatet visar att arbetet inom socialt ansvarstagande är, mellan företagen, varierande i antalet meningar och innehåll. Det var bara ett av företagen som redovisade identiska meningar år för år, något som Leung och Snell (2015) i sin studie om CSR i casinoverksamheten i Macao finner vara mer vanligt eftersom företag använde samma strategier år efter år. I vår studies fall kan ett mer varierande resultat i antal meningar och innehåll erhållas på grund av en utveckling av företags redovisningsstrategier varav två företag även börjat tillämpa ramverket GRI som ska underlätta en jämförelse mellan företag. Precis som Borglund et al. (2010) skriver så försöker företagen förstå hur ramverket ska användas vilket på sikt förbättrar hållbarhetsredovisningen. Företag som redovisar enligt GRI:s riktlinjer visar tydligast förändring men resultatet visar ingen klar förändring av redovisning efter att EU-direktivet 2014/95/EU trädde i kraft räkenskapsåret 2017.

Vi finner även att ett positivt förhållningssätt genomgående tillämpats av företagen och negativ information har under åren alltid förvrängts genom positiv kommunikation. Företagen tillämpar en så kallad "greenwashing" som Lyon och Montgomery (2015) beskriver som ett sätt för företagen att kommunicera sin negativa påverkan genom positiv kommunikation. Detta ses som fördelaktigt enligt Belal och Cooper (2011) eftersom ett negativt redovisande mycket väl kan leda till negativ publicitet. I slutändan gör positiv kommunikation av en negativ produkt inte produkten bättre men enligt resultatet förväntas företagen inte ändra sitt förhållningssätt.

Det går även att utläsa att metoder och strategier för att motverka spelproblem ändrats över tid för majoriteten av företagen. Detta kan förklaras av Reast et al. (2012) studie där författarna skriver att företag inom casino- och nätspelexverksamheten haft svårt att skapa ett gott inflytande på samhället på grund av de skadliga produkterna. Att försöka motverka spelproblem och samtidigt bibehålla verksamheten har resulterat i att majoriteten av företagen utvecklat sina metoder och strategier under åren.

Den andra forskningsfrågan var:

- Vilka likheter och skillnader finns i företagens redovisning av socialt ansvarstagande från de undersökta åren?

Mellan företagen har likheter och skillnader tydligast kunnat påträffas på detaljnivå i företagens redovisning. En översiktlig likhet mellan företagen är att redovisning av variabeln "Ansvarstagande" varit mest poänggivande. Alla företag är benägna att förhålla sig på ett positivt sätt om negativ information vilket är en annan likhet, något som Delmas och Durbano (2011) nämnt som vanligt förekommande hos företag som huserar i en skadlig bransch. Hur pass effektivt det ter sig att vara är svårt att svara på men eftersom företagen fortsatt redovisa i samma anda går det att antyda att det goda förhållningssättet hjälper företagen. Resultatet visar även att samtliga företag arbetar mot samma mål: att vara måna om sina kunder och att hjälpa dem hantera spelproblem. Hur företagen tar sig an dessa problem och hur de redogör för sina strategier för att stävja dess uppkomst redovisas olika och utgör en av skillnaderna.

Fem av företagen har redovisat att de har verktyg som ska stävja spelberoende. Det är däremot bara två av företagen som redovisat i siffror om hur sina verktyg använts samt hur mycket pengar som företagen investerar i dessa och det är först på senare år som detta redovisats. Detta kan kopplas till Borglund et al. (2010) utredning om att företagen arbetar aktivt med att utveckla sina kommunikationsstrategier av sitt hållbara arbete för att minimera risken att bli utpekade i media. Hållbarhetsredovisningarna har blivit tydligare och delar av rapporteringen av företagets arbete har förbättrats vilket även var en av Borglund et al. (2010) slutsatser. En djupdykning i resultatet har påvisat problem med att jämföra företagen, bland annat eftersom vissa företag redovisat vissa variabler med siffror och andra företag med ord men även för att få företag tillämpar ramverk som sägs förbättra jämförandet av flera företags redovisningar.

7. Slutsdiskussion

Följande avsnitt inleds med en diskussion om vad vi anser vara problemen i företagens hållbarhetsredovisningar och vad vi anser borde introduceras. Studiens metod kommer sedan kort reflekteras innan vi till sist framför förslag på vad som skulle kunna studeras näst med studien som grund.

7.1 Diskussion

Skillnader och likheter i hållbarhetsredovisningar från börsnoterade casino- och nätspelsföretag kan mycket möjligt ha uppstått på grund av olika intressenters krav och åsikter. Det kan te sig vara konstigt eftersom alla företag har liknande mål och syften med sina verksamheter men eftersom det kan skilja sig en hel del från ett företags hållbarhetsredovisning till ett annats har intressenttesen blivit ett tänkbart alternativ till såväl skillnader som likheter. Företag som lyckas bibehålla samma aktiviteter och meningar över den undersökta perioden kan ha intressenter som inte vill se några skillnader i hållbarhetsredovisningen eftersom de inte möjligtvis känner att den inte har något syfte. Företaget kan även redan ha uppnått en viss legitimitet och vill på så sätt inte ändra något för att kunna bibehålla den, vilket Leung och Snell (2015) säger kan vara på grund av att de inte heller är insatta i ämnet hållbarhet. Hållbarhetsredovisning kan rendera i konkurrensfördelar åt företaget om de är öppna i vad som offentliggjorts. Tillämpning av ett standardiserat ramverk kan därför hjälpa företag och möjliggör att intressenter kan jämföra företaget med ett annat. Bartels et al. (2008) skriver att det även tillför trovärdighet i hållbarhetsredovisningen och det är något som vi tror och hoppas blir lagstadgat i EU i framtiden.

Eftersom det inte funnits några tydliga riktlinjer för företagen att utgå från i sina hållbarhetsredovisningar är det svårt att säga vad företagen gör rätt eller fel. Detta är även något som Westermarck (2013) diskuterar eftersom det finns flera olika synvinklar om företags hållbarhetsredovisningar. I casino- och nätspelsverksamheten har företag fått en skadlighetsstämpel på grund av branschens negativa påverkan i samhället (Hancock et al. 2008). Samtidigt hävdar SOU (2017) att tjänsterna är en form av underhållning för 98 % av ett lands befolkning. Avsnitten som undersökts i denna studie syftar till att stävja spelproblem för de två procent som avviker från spelformen när det inte längre anses som underhållning. Det är svårt att se företag, med vilken som helst branschtillhörighet, inte lyfta sig som duktiga i sin hållbarhetsredovisning och än mer företag med casino- och nätspelsverksamhet. Eftersom 98 % kan hantera sitt spelande och se det som underhållning är det, enligt oss, en självklarhet att företaget skriver att de jobbar hårt för att minimera spelproblem för resterande del. Om detta arbete kan ses som effektivt är dessvärre inget vi kan svara på. Med en större

öppenhet och att exempelvis skriva det exakta antalet användare som hjälpts av alla företagets alla användare skulle det vara lättare att dra en slutsats om effektivitet, men det är något som dessvärre inte är offentliggjort. De som istället får svara på hur pass effektiva företagen är i sitt arbete mot att stävja spelberoende och hur det redovisas är företagen själva, vilket Kim och Ferguson (2016) tidigare framfört.

7.2 Metodreflektion

Utifrån studiens metod finner vi att strukturen och upplägget i hållbarhetsredovisningar från företag med casino- och nätspelsverksamhet är otydlig. Det finns inte, som tidigare skrivet, några tydliga riktlinjer för vad som ska inkluderas i dessa hållbarhetsredovisningar vilket bör vara betydande faktor i en bransch som ansetts skada samhället på olika sätt. Jämförbarheten skulle på så sätt underlättas och exempelvis skulle RGC:s standarder kunna bli ett måste för företag i branschen. Det skulle även innebära att företagen behöver sätta sig in mer i vad RGC:s standarder upplyser om och förbättra sin hållbarhetsredovisning. Den variation som företagen redovisar i dagsläget verkar stå i enighet med Miller och Michelsons (2012) antagande om att företag inte är insatta i ämnet hållbarhet, något som de även skriver att läsare bör ha ett kritiskt förhållningssätt till. Det som skrivs bör vara det som faktiskt sker i verkligheten och inget annat. Däremot går det inte att fastställa att företagen verkligen handlar som de skriver i sina hållbarhetsredovisningar. Eftersom vi endast utgick från företagens hållbarhetsredovisningar har vi inte observerat om det verkligen arbetar som de skriver. Hållbarhetsredovisningar offentliggörs av företagen och ska vara korrekta men för att öka studiens trovärdighet skulle en observation av företagets arbete för ett mer hållbart samhälle göra redovisningen mer trovärdig eller falsk. Det blir däremot svårt att observera hur de arbetade tidigare år eftersom det som står skrivet redan hänt samtidigt som de flesta av företagen har gjort förändringar i sina hållbarhetsredovisningar.

Studiens komparativa och longitudinella forskningsdesign beskrivs under rubrik 3.1 som möjliggörande i att finna likheter och skillnader i företags hållbarhetsredovisningar genom åren. Den övergripande metoden med kodning av data och den egenkomponerade ställningsskalan har båda kunnat ge oss ett rättvisande resultat med mycket av resultatet överensstämmande med tidigare studier. Även om detta till stor del varit på en övergripande nivå är det svårt att se hur en ändring av tillvägagångssättet skulle stärka resultatet. Kodningen av data har hanterat alla meningar i företagens avsnitt om ”responsible gaming”

som berör någon av de utvalda variablerna och som vi, utifrån RGC:s standarder, anser vara de mest användbara variablerna i sammanhanget.

Ställningsskalan, som fastställdes efter att data samlats in, är anpassad för hållbarhetsredovisningar av företag med casino- och nätspelsverksamhet och är på så sätt svår att tillämpa på andra företags hållbarhetsredovisningar. Eftersom ”responsible gaming” är en specifik del i hållbarhetsredovisningarna och bara hanteras av företag med casino- och nätspelsverksamhet blir den metodiska kodningen av data svårpassad till andra sorters studier.

7.3 Förslag till vidare forskning

I denna studie gjordes en avgränsning till att endast fokusera på sociala aspekter som casino- och nätspelsföretag i EU-länder redovisar i sina hållbarhetsredovisningar. För vidare forskning inom samma ämne föreslås en jämförande studie mellan casino- och nätspelsverksamheten och en annan verksamhetsbransch, vilken samhället klassar som skadlig. För att se vilka skillnader och likheter som de olika branscherna har när det gäller hållbarhetsredovisning. Vi har i studien påpekat att både alkohol- och tobaksbranschen vara två möjliga branscher som anses vara skadliga tillsammans med casino- och nätspelsverksamheter. En vidare undersökning kring en jämförelse mellan dessa tre branscher kan vara betydelsefullt att utvärdera hur riktlinjerna för verksamheter som anses vara skadliga räcker till.

Ett ytterligare förslag till framtida forskning är att undersöka om hållbarhetsredovisningens kvalitet är beroende av företagets storlek och omsättning. Det vore intressant att se om det finns en korrelation mellan ett företags marknadsandelar och den information som offentliggörs. En liten jämförelse utifrån studiens resultat ses William Hill PLC och PaddyPower Betfair Group PLC som de företag med högst omsättning medan Kindred Group PLC gör störst förändring i sin hållbarhetsredovisning från ett år till nästa (från 2016 till 2017). Det skulle kunna ses som en strategi för företag att göra stora förändringar i hållbarhetsredovisningar eftersom de granskas av media, något som Borglund et al. (2009) skriver kan vara till fördel för företag som i och med förändringen lagt ner stora resurser. Möjligtvis skulle det leda till att intressenters attityd gentemot företaget förändras, precis som

Eriksson (2002) skriver, och skulle göra en undersökning om olika företags storlek och omsättning jämfört med sin hållbarhetsredovisning intressant.

Referenslista

Alvesson, M. & Sveningsson, S. (2008). *Förändringsarbete i organisationer – om att utveckla företagskulturer*. Malmö: Liber

Anderson, J. & Abensour, J. (2017) *Measuring Your Company's Impact: How to Make the Most of Sustainability Reporting Frameworks*. In: Cronin M., Dearing T. (eds) *Managing for Social Impact. Management for Professionals*. Springer, Cham. ss. 255–271

Arvidsson, S. (2017). *Hållbarhetsredovisning i de största bolagen - Trender och tendenser*. Balans Fördjupning #3 ss. 1-3

Bartels, W., Iansen-Rodgers, J. & Kuszewski, J. (2008) *Count me in - The readers' take on sustainability reporting*. <<http://sustainability.com/our-work/reports/count-me-in/>> Hämtad 2018-04-19

Benton, C. (2015). *The Economic and Social Effects of Casino Development in Macau*. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 2601

Bettingmarket (u.å.) *Gambling Industry Stocks*.
<<http://www.bettingmarket.com/stock300806.htm>> Hämtad 2018-04-17

Blaszczynski, A., Gainsbury, S., & Karlov, L. (2013). *Blue Gum gaming machine: An evaluation of responsible gambling features*. *Journal of Gambling Studies*, ss. 697–712.

Blom, G., Enger, J., Englund, G., Grandell, J. & Holst, L. (2011). *Sannolikhets teori och statistikteori med tillämpningar*. Studentlitteratur AB, Lund.

Bonsón, E. & Bednárová, M. (2015). *CSR reporting practices of Eurozone companies*. I: *Spanish accounting review* 18 (2), ss 182–193.

Borglund, T., Frostenson, M. & Windell, K. (2010) *Effekterna av hållbarhetsredovisning: En studie av konsekvenserna av de nya riktlinjerna om hållbarhetsinformation i statligt ägda*

företag”

<<http://www.regeringen.se/contentassets/ae1b2a3db1a34b6491f2324ed526a657/effekterna-av-hallbarhetsredovisning-n2010.30>> Hämtad 2018-04-08

Brown, H.S., de Jong, M. and Levy, D.L. (2009). *Building Institutions Based on Information Disclosure: Lessons from GRI's Sustainability Reporting*. Journal of Cleaner Production, 17, ss. 571–580.

Bryman, A. & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Liber AB, Stockholm.

Cho, C. H., Roberts, R. W. & Patten, D. M. (2010) *The language of US corporate environmental disclosure*. Accounting, Organizations and Society, 35(4), ss. 431-443.

Churchill, S. A. & Farrell, L. (2018). *The impact of gambling on depression: New evidence from England and Scotland*. Economic Modelling, 68, ss. 475-483.

Clarkson, M. (1995). *A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance*. Academy of Management review, 20 (1), ss. 92-118.

Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory. Second European Edition*. Maidenhead: Mc Graw-Hill Education.

Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). *The drivers of greenwashing*. California Management Review, 54(1), ss. 64–87.

Denk, T. (2002). *Komparativ metod - förståelse genom jämförelse*. Upplaga 1:3. Studentlitteratur AB, Malmö.

Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken, För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Studentlitteratur AB, Lund.

DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*. American

Sociological Review, 48(2), ss. 147–160.

Ejlertsson, G. (2014). *Enkäten i praktiken - En handbok i enkätmetodik*. Studentlitteratur AB, Lund.

Eliasson, A. (2013). *Kvantitativ metod från början*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Eriksson, P. (2002). *Planerad kommunikation – Strategiskt ledningsstöd i företag och organisation*. Malmö: Liber.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan - Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Upplaga 5.1. Wolters Kluwer Sverige AB, Visby.

Europaparlamentet. (2014). *EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 2014/95/EU*. Europeiska unionens officiella tidning. <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=SV>> (Hämtad 2018-03-13)

Europeiska kommissionen. (u.å.) *Gambling*. <http://ec.europa.eu/growth/sectors/gambling_en> (Hämtad 2018-03-31)

Fagerström, A. & Hartwig, F. (2016). *Från hållbarhetsrapportering och bestyrkande till hållbarhetsredovisning och revision*. Balans Fördjupning #2, ss. 3-6.

Farooque, O. A. & Ahulu, H. (2017) *Determinants of social and economic reportings: Evidence from Australia, the UK and South African multinational enterprises*. International Journal of Accounting & Information Management, 25 (2), ss. 177-200

Finkbeiner, M., Schau, E. M., Lehmann, A. & Traverso, M. (2010). *Towards Life Cycle Sustainability Assessment*. Sustainability 2010, 2, ss. 3309-3322.

Fong, D. K. C., Fong, H. N. & Li, S. Z. (2011). *The social cost of gambling in Macao: before and after the liberalisation of the gaming industry*. International Gambling Studies, 11(1), ss. 43–56

Frostenson, M., Helin, S. & Sandström, J. (2015). *Hållbarhetsredovisning: grunder, praktik och funktion*. Liber AB, Stockholm.

Gauthier, J. (2013). *Institutional Theory and Corporate Sustainability: Determinant Versus Interactive Approaches*. *Organization Management Journal*, 10(2), ss. 86-96

Global Reporting Initiative. (u.å) (1). *About GRI*.

<<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>> Hämtad 2018-03-29

Global Reporting Initiative. (u.å.) (2). *GRI's History*.

<<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>> Hämtad 2018-04-04

Global Reporting Initiative. (2006). *Riktlinjer för hållbarhetsredovisning*.

<<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G3-Swedish-Reporting-Guidelines.pdf>> Hämtad 2018-03-30

Griffiths, M. (2016). *Has a deluge of TV gambling ads made Britain a nation of problem punters?*. <<https://theconversation.com/has-a-deluge-of-tv-gambling-ads-made-britain-a-nation-of-problem-punters-62227>> Hämtad 2018-04-28

Grundberg-Wolodarski, K. (2018). *Regeringens förslag: Så blir den nya spelmarknaden*.

<<https://www.di.se/nyheter/regeringens-forslag-sa-blir-den-nya-spelmarknaden/>> Hämtad 2018-04-27

Guidry, R. & Patten, D. (2010). *Market reactions to the first-time issuance of corporate sustainability reports: evidence that quality matters*. *Sustainability Accounting Management and Policy Journal* 2010 (1), ss. 33–50.

Hahn, R. & Lülfs, R. (2013). *Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies*. *J Bus Ethics* 123, ss. 401–420

Hancock, L., Schellinck, T. & Schrans, T. (2008). *Gambling and corporate social responsibility (CSR): Re-defining industry and state roles on duty of care, host responsibility and risk management*. *Policy and Society*, 27:1, ss. 55-68

Jianu, I., Turlea, C. & Gusatu, I. (2015). *The Reporting and Sustainable Business Marketing*. *Sustainability*, 8(1), s. 23

Jones, P., Hillier, D. & Comfort, D. (2009). "Corporate social responsibility in the UK gambling industry" *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 9 (2), ss. 189-201

Kim, S. & Ferguson, M-A. T. (2016). *Dimensions of effective CSR communication based on public expectations*. *Journal of Marketing Communications*, 24:6, 549–567.

Lahbil, R. & Wahabi, R. (2017). *Reporting corporate social responsibility: at the pursuit of legitimacy - a literature review*. *Eurasian Journal of Business and Management*, 5(3), ss. 68–81

Lennartsson, R. (2016). *Hållbarhetslagen – så slår de nya kraven*.

<<https://www.tidningenbalans.se/nyheter/hallbarhetslagen-sa-blir-den/>> Hämtad 2018-04-06

Leung, T. C. H. & Snell, R. S. (2015). *Attraction or Distraction? Corporate Social Responsibility in Macao's Gambling Industry*. *Journal of Business Ethics* October 2017, 145(3), ss. 637–658

Lindner, A-C. & Redfors, A. (2004). *Från naturvetenskap och specialpedagogik till hållbar utveckling inom lärarutbildningen*, rapport nr 19/2006, ss. 93–107. Vasa: Åbo Akademi.

Lodhia, S. & Hess, N. (2014). *Sustainability accounting and reporting in the mining industry: current literature and directions for future research*. *Journal of Cleaner Production*, 1 December 2014, 84, ss. 43-50

Lotteriinspektionen. (2017). *Spelmarknadens utveckling i Sverige och internationellt 2016*. Arkitektkopia AB

Lounsbury, M. (2008). *Institutional rationality and practice variation: New directions in the institutional analysis of practice*. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4–5), ss. 349–361.

Lyon, T. P. & Montgomery, A. W. (2015). *The Means and End of Greenwash*. *Organization & Environment* 2015, 28(2) ss. 223–249

Mahoney, L. S., Thorne, L., Cecil, L. & LaGore, W. (2012). *A research note on standalone corporate social responsibility reports: Signaling or greenwashing?* *Critical Perspectives on Accounting* 24, ss. 350–359

May, T. (2013). *Samhällsvetenskaplig forskning*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Miller, R. & Michelsen, G. (2012). *Fixing the Game? Legitimacy, Morality Policy and Research in Gambling*. *Journal of Business Ethics* September 2013, 116(3), ss. 601–614

Monaghan, S.M., Derevensky, J. & Sklar, A. (2009). *Impact of gambling advertisements and marketing on children and adolescents: policy recommendations to minimise harm*. *Journal of Gambling Issues*, 22, ss. 252-274

Nya Casino. (u.å.) *55 BÖRSNOTERADE SPELBOLAG: ANALYSER & AKTIEKURSER LIVE*
<<http://www.nyacasino.nu/borsnoterade-spelbolag/>> Hämtad 2018-04-17

Pang, A; Lwin, M. O.; Ng, C. S-M.; Ong, Y-K.; Chau, S. R. W-C. & Yeow, K. P-S. (2018). *Utilization of CSR to build organizations' corporate image in Asia: need for an integrative approach*. *Asian Journal of Communication*, 28:4, 335-359.

Patel, R. & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder*. Studentlitteratur AB, Lund

- Patten, D. M. & Zhao, N. (2014). *Standalone CSR reporting by U.S. retail companies*. Accounting Forum 38, ss. 132–144.
- Perez, F. & Sanchez, L. E. (2009). *Assessing the evolution of sustainability reporting in the mining sector*. Environmental Management, 43(6), ss. 949–961.
- Prentice, C. & Zeng, Z. (2017) *From gambling exposure to adaptation: Implications for casino sustainability*. Journal of Retailing and Consumer Services 41, ss. 31-36
- Reast, J., Maon, F., Lindgreen, A. & Vanhamme, J. (2012). *Legitimacy-Seeking Organizational Strategies in Controversial Industries: A Case Study Analysis and a Bidimensional Model*. J Bus Ethics (2013) 118, ss. 139–153
- Responsible Gaming Council. (u.å.). *iGaming*. <<http://www.rgcheck.com/igaming/>> Hämtad 2018-05-02
- RGCheck. (u.å.). *Scoring*. <http://www.rgcheck.com/gaming_venues/venue_scoring/> Hämtad 2018-05-16
- Samkin, G. & Schneider, A. (2010). *Accountability, narrative reporting and legitimation*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 23, ss. 146-153.
- Scott, C. D. & Jaffe, D. T. (1988). *Survive and Thrive in Times of Change*. Training and Development Journal, ss. 25-27.
- Sethi, S. P., & Schepers, D. H. (2014). *United Nations Global Compact: The Promise–Performance Gap*. Journal of Business Ethics, 122(2), ss. 193-208.
- Skärvad, P-H. & Lundahl, U. (2016). *Utredningsmetodik*. Studentlitteratur AB, Lund.
- Song, H. J., Lee, H-M., Lee, C-K. & Song, S-J. (2015). *The Role of CSR and Responsible Gambling in Casino Employees' Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Customer Orientation*. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 20(4), ss. 455-471.

SOU. (2017). *En omreglerad spelmarknad - Del 1*. Statens Offentliga Utredningar, Elanders Sverige AB, Stockholm 2017

SustainAbility. (2017). *As New Reporting Frameworks Emerge, A Focus on Transparency Prevails*. <<http://sustainability.com/our-work/insights/new-reporting-frameworks-emerge-focus-transparency-prevails/>> Hämtad 2018-03-26

Sustainable Brand Index (1) (u.å.) *How is it done? - SUSTAINABLE BRAND INDEX* <<https://www.sb-index.com/data-collection-methodology>> Hämtad 2018-04-03

Sustainable Brand Index (2) (u.å.) *THE OFFICIAL SWEDISH 2018 SUSTAINABLE BRAND INDEX RESULTS* <<https://www.sb-index.com/2018-results-sweden>> Hämtad 2018-05-05

Szczepankiewicz, E. I. & Mucko, P. (2016). *CSR Reporting Practices of Polish Energy and Mining Companies*. *Sustainability* 2016, 8(2) ss. 1-15.

Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P. & Collin, S.-O. (2009). *What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 16, ss. 352–364.

Tilling, M. (2004). *Communication at the Edge: Voluntary Social and Environmental Reporting in the Annual Report of a Legitimacy Threatened Corporation*. 4th Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting (APIRA) Conference.

Tillväxtverket. (2015). *Utvecklingsländer*. <<https://www.verksam.se/driva/affarer-med-andra-lander/utvecklingslander>> Hämtad 2018-04-20

UN Global Compact (u.å.) *The Ten Principles of the UN Global Compact* <<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>> Hämtad 2018-04-06

Walker, D. M., Litwin, S. W., Sobel, R. S. & St-Pierre, R. A. (2014). *Setting Win Limits: An Alternative Approach to “Responsible Gambling”?*. *Journal of Gambling Studies* 31, ss. 965–986

Wu, S-T. & Shen, Y-S. (2014) *The social, economic, and environmental impacts of casino gambling on the residents of Macau and Singapore*. *Tourism Management* 48, ss. 285-298

Årsredovisningar/hållbarhetsredovisningar

888 Holding PLC

888 Holding PLC (2017) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://corporate.888.com/sites/default/files/888%20AR%202017%20Online.pdf>> (Hämtad 2018-05-08)

888 Holding PLC (2016) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/LSE_888_2016.pdf>
(Hämtad 2018-05-08)

888 Holding PLC (2015) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReportArchive/8/LSE_888_2015.pdf>
(Hämtad 2018-05-08)

888 Holding PLC (2014) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReportArchive/8/LSE_888_2014.pdf>
(Hämtad 2018-05-08)

888 Holding PLC (2013) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReportArchive/8/LSE_888_2013.pdf>
(Hämtad 2018-05-08)

Betsson AB

Betsson AB (2017) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://vp273.alertir.com/afw/files/press/betsson/201804238316-1.pdf>>
(Hämtad 2018-05-08)

Betsson AB (2016) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<https://vp273.alertir.com/afw/files/press/betsson/Betsson_Annual_Report_2016_EN.pdf>
(Hämtad 2018-05-08)

Betsson AB (2015) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<https://vp273.alertir.com/sites/default/files/report/betsson_annual_report_2015.pdf>

(Hämtad 2018-05-08)

Betsson AB (2014) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<https://vp273.alertir.com/sites/default/files/report/2014_annual_report.pdf>

(Hämtad 2018-05-08)

Betsson AB (2013) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<http://amda-1d21b7.client.shareholder.com/annuals.cfm>> (Hämtad 2018-05-08)

Kindred Group PLC

Kindred Group PLC (2017) hållbarhetsredovisning

<http://www.kindredgroup.com/globalassets/documents/sustainability-related-documents/kindred_sustainability_report_2017-eng.pdf> (Hämtad 2018-05-08)

Kindred Group PLC (2016) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.kindredgroup.com/globalassets/documents/investor-relations-related-documents/finansiella-rapporter-sv/kindred_ar16_swe_web.pdf> (Hämtad 2018-05-08)

Kindred Group PLC (2015) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.kindredgroup.com/globalassets/documents/investor-relations-related-documents/finansiella-rapporter-sv/unibet_ar15_swe.pdf> (Hämtad 2018-05-08)

Kindred Group PLC (2014) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.kindredgroup.com/globalassets/documents/investor-relations-related-documents/finansiella-rapporter-sv/unibet_ar14_swe.pdf> (Hämtad 2018-05-08)

Kindred Group PLC (2013) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.kindredgroup.com/globalassets/documents/investor-relations-related-documents/finansiella-rapporter-sv/unibet_ar13_swe.pdf> (Hämtad 2018-05-08)

Olympic Entertainment Group AS

Olympic Entertainment Group (2013-2017) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<http://www.olympic-casino.com/investor_relations/financial_reports> (Hämtad 2018-05-08)

PaddyPower Betfair Group PLC

PaddyPower Betfair Group PLC (2017) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.paddypowerbetfair.com/~media/Files/P/Paddy-Power-Betfair/documents/ppb-r-n-a-2017-180327.pdf>> (Hämtad 2018-05-08)

PaddyPower Betfair Group PLC (2016) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.paddypowerbetfair.com/~media/Files/P/Paddy-Power-Betfair/documents/annual-report-2016.pdf>> (Hämtad 2018-05-08)

PaddyPower Betfair Group PLC (2015) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.paddypowerbetfair.com/~media/Files/P/Paddy-Power-Betfair/documents/annual-report-2015-v2.pdf>> (Hämtad 2018-05-08)

PaddyPower Betfair Group PLC (2014) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.paddypowerbetfair.com/~media/Files/P/Paddy-Power-Betfair/archive/reports-presentations/paddy-power/annual-report-full.pdf>> (Hämtad 2018-05-08)

PaddyPower Betfair Group PLC (2013) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.paddypowerbetfair.com/~media/Files/P/Paddy-Power-Betfair/archive/reports-presentations/paddy-power/2013annualreport.pdf>> (Hämtad 2018-05-08)

William Hill PLC

William Hill PLC (2017) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.williamhillplc.com/media/12106/wh-annual-report-2017-v2.pdf>>

(Hämtad 2018-05-08)

William Hill PLC (2016) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<https://www.williamhillplc.com/media/11250/wh-final-rev1-printall_2017-03-01_181358.pdf> (Hämtad 2018-05-08)

William Hill PLC (2015) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.williamhillplc.com/investors/results-centre/2016/>> (Hämtad 2018-05-08)

William Hill PLC (2014) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.williamhillplc.com/investors/results-centre/2015/>> (Hämtad 2018-05-08)

William Hill PLC (2013) årsredovisning med hållbarhetsredovisning

<<https://www.williamhillplc.com/investors/results-centre/2014/>> (Hämtad 2018-05-08)

Bilagor

Bilaga 1 – Meningar 888 Holding PLC

888 Holding PLC 2017

Ansvarstagande - tio meningar

- The CEO's Strategic Report on page 08 includes details of actions taken by 888 in 2017 to enhance its responsible gaming proposition.
- 888 is constantly developing new and innovative ways to deliver a responsible gaming environment.
- Our goal is to ensure that all those who visit our sites can do so with confidence and that those for whom our games are not intended, notably underage and vulnerable individuals, will not be drawn into the gaming environment and those few customers who develop a gambling problem are quickly identified and helped.
- Following a licence review carried out by the UKGC during 2017, during which 888 fully cooperated with the UKGC and which concluded in a voluntary regulatory settlement, 888 acknowledged historical failings highlighted by the review and accepted the conclusion of the review which recognised the significant lengths to which 888 had gone in order to address the concerns raised and to prevent the issues highlighted from reoccurring.
- This involved 888's senior management team devoting significant resources to assessing and delivering improvements to 888's responsible gaming tools, processes and technology, which is ongoing into 2018.
- Improving anti-money laundering and "Know Your Client" checks, including an increase in the amount of information and supporting documentation requested from customers (or obtained from third parties) earlier in the customer life-cycle and updates to the various circumstances which trigger enhanced customer due diligence.
- Implementing organisational changes in order to strengthen regulatory compliance oversight as well as to improve co-operation between the different departments and streamline the process of settling any conflicts between them, ensuring that 888's regulatory requirements and duty to uphold the licensing objectives always take priority over commercial interests.
- Steps were taken to ensure 888's readiness to comply with the GDPR and strengthen 888's data protection policies, processes and systems generally.
- Underage activity on our sites is strictly prohibited and 888 takes the matter of underage gaming extremely seriously.
- We make every effort to prevent minors from playing on our sites and use sophisticated verification systems as well as a third-party verification supplier to identify and track minors if they log into our software. The verification process includes both ID3 Global by GB Group and Call Validate by Call Credit.
- Conducting business responsibly is fundamental to the future success of 888, and we are absolutely committed to a proactive policy of corporate and social responsibility that reflects the high professional and ethical standards we set for ourselves across the business.

Spelproblem - en mening

- Our goal is to ensure that all those who visit our sites can do so with confidence and that those for whom our games are not intended, notably underage and vulnerable individuals, will not be drawn into the gaming environment and those few customers who develop a gambling problem are quickly identified and helped.

Verktyg - fyra meningar

- This involved 888's senior management team devoting significant resources to assessing and delivering improvements to 888's responsible gaming tools, processes and technology, which is ongoing into 2018.
- Decreased the amounts customers can deposit and gamble during various periods, through the imposition of updated and new deposit limits.
- Improved the "Observer" tool (888's proprietary customer behaviour tracking system) so that it captures a broader range of changes in player behaviour.
- An external audit was carried out of 888's self-exclusion system, including the self-exclusion process on both the Bingo and the Casino, Poker & Sports platforms, pursuant to which the system was found to be fit for purpose and a number of recommendations were made to 888's senior management, all of which were implemented in full as of the date of this Annual Report.

Träning - en mening

- We train our staff to be highly sensitive to the possibility of underage activity and make sure we suspend any account suspected to be an underage account.

888 Holding PLC 2016

Ansvarstagande - nio meningar

- We aim to provide our customers with the best online gaming entertainment experience.
- We are constantly revising our innovative procedures to ensure minors are unable to access our gaming sites.
- We continue to innovate in this area including the development of our proprietary sophisticated player behaviour monitoring system to help identify and prevent compulsive activity; in this respect, a new version of this system was implemented during 2016.
- As a responsible, regulated gaming group we comply with the eCOGRA guidelines. eCOGRA ensures that approved online casinos are properly and transparently monitored to provide player protection.
- During 2016, we revised our anti-money laundering considerations in general, and specifically how they relate to our social responsibility program.
- Underage activity on our sites is strictly prohibited and 888 takes the matter of underage gaming extremely seriously.
- We make every effort to prevent minors from playing on our sites and use sophisticated verification systems as well as a third-party verification supplier to identify and track minors if they log into our software. The verification process today consists of two independent verification systems, ID3 Global by GB Group and Call Validate by Call Credit.
- We encourage responsible gaming practices to avoid the dangers of problem gambling, and we have taken rigorous steps at all our online sites to prevent underage gambling.
- 888 places customer protection at the heart of its business and is always mindful of its customers' enjoyment and welfare.

Spelproblem - två meningar

- However, we acknowledge that gaming poses a potential risk to a small minority of people.
- We encourage responsible gaming practices to avoid the dangers of problem gambling, and we have taken rigorous steps at all our online sites to prevent underage gambling.

Verktyg - sju meningar

- Our sites include links to professional help agencies and we have placed many safeguards for those who need help with controlling their gaming.
- Self-assessment test: for players who are worried about their gaming habits and want to know more about the signs of compulsive gambling.

- Controlling deposit limits: should clients feel the need to, they can control their play pattern by self limiting the amounts they deposit per day, per week or per month.
- Self exclusion: a player can request to be self excluded for a chosen period, due to different concerns.
- Based on internal studies we decided to increase time periods available for clients to “cool off”.
- Customers can choose from six different exclusion periods from one day to six months or more. During this period, 888 blocks the account and no promotional emails are sent to the customer.
- Since 2007, 888 has made available a dedicated website, www.888responsible.com, providing information regarding all aspects of responsible gaming.

Träning - tre meningar

- We also continuously train all our staff in how to provide a safe gaming experience to our customers.
- Our training programme incorporates methods and techniques to help our employees recognise and take appropriate actions if they identify compulsive or underage activity.
- We train our staff to be highly sensitive to the possibility of underage activity and make sure we suspend any account suspected to be an underage account.

888 Holding PLC 2015

Ansvarstagande - sju meningar

- We aim to provide our customers with the best online gaming entertainment experience.
- We are constantly revising our innovative procedures to ensure minors are unable to access our gaming sites.
- We continue to innovate in this area including the development of our proprietary sophisticated Observer System to help identify and prevent compulsive activity.
- As a responsible, regulated gaming group we comply with the eCOGRA guidelines.
- We encourage responsible gaming practices to avoid the dangers of problem gambling, and we have taken rigorous steps at all our online sites to prevent underage gambling.
- Underage activity on our sites is strictly prohibited and 888 takes the matter of underage gaming extremely seriously.
- We make every effort to prevent minors from playing on our sites and use sophisticated verification systems as well as a third party verification supplier to identify and track minors if they log into our software. The verification process today consists of two independent verification systems, ID3 Global by GB Group and Call Credit.

Spelproblem - två meningar

- However, we acknowledge that gaming poses a potential risk to a small minority of people.
- We encourage responsible gaming practices to avoid the dangers of problem gambling, and we have taken rigorous steps at all our online sites to prevent underage gambling.

Verktyg - sju meningar

- Our sites include links to professional help agencies and we have placed many safeguards for those who need help with controlling their gaming.
- Self-assessment test: For players who are worried about their gaming habits and want to know more about the signs of compulsive gambling.
- Controlling deposit limits: Should clients feel the need to, they can control their play pattern by self limiting the amounts they deposit per day, per week or per month.
- Self exclusion: A player can request to be self excluded for a chosen period, due to different concerns.
- Based on internal studies we decided to increase time periods available for clients to “cool off”.
- Customers can choose from six different exclusion periods from one day to six months or more. During this period, 888 blocks the account and no promotional emails are sent to the customer.

- Since 2007, 888 has made available a dedicated website, www.888responsible.com, providing information regarding all aspects of responsible gaming.

Träning - tre meningar

- We also continuously train all our staff in how to provide a safe gaming experience to our customers.
- Our training programme incorporates methods and techniques to help our employees recognise and take appropriate actions if they identify compulsive or underage activity.
- We train our staff to be highly sensitive to the possibility of underage activity and make sure we suspend any account suspected to be an underage account.

888 Holding PLC 2014

Ansvarstagande - sex meningar

- We aim to provide responsible adults with the best online gaming entertainment experience.
- We are constantly revising our innovative procedures to ensure minors are unable to access our gaming sites.
- We continue to innovate in this area including the development of our proprietary sophisticated Observer System to help identify and prevent compulsive activity.
- As a responsible, regulated gaming group we comply with both the GamCare and the eCOGRA guidelines.
- Underage activity on our sites is strictly prohibited and 888 takes the matter of underage gaming extremely seriously.
- We make every effort to prevent minors from playing on our sites and use sophisticated verification systems as well as a third party verification supplier to identify and track minors if they log into our software. The verification process today consists of two verification systems, both 192.com and URU.

Spelproblem - en mening

- However, we acknowledge that gaming poses a potential danger to a small minority of people.

Verktyg - åtta meningar

- Our site has links to professional help agencies and we have placed many safeguards for those who need help with controlling their gaming.
- E-Break & Support programme: Run in collaboration with specialist well-known charity Gambling Therapy to offer 888 customers a free of charge four-week gambling therapy programme.
- Self-assessment test: For players who are worried about their gaming habits and want to know more about the signs of compulsive gambling.
- Controlling deposit limits: Should clients feel the need to, they can control their play pattern by self limiting the amounts they deposit per day, per week or per month.
- Self exclusion: A player can request to be self excluded for a chosen period, due to different concerns.
- Based on internal studies we decided to increase time periods available for clients to “cool off”.
- Customers can choose from six different exclusion periods from one day to six months. During this period, 888 blocks the account and no promotional emails are sent to the customer.
- Since 2007 a dedicated website, www.888responsible.com, has been available, providing information regarding all aspects of responsible gaming.

Träning - tre meningar

- We also continuously train all our staff in how to provide a safe gaming experience to our customers.
- Our training programme incorporates methods and techniques to help our employees recognise and take appropriate actions if they identify compulsive or underage activity.
- We train our staff to be highly sensitive to the possibility of underage activity and make sure we suspend any account suspected to be an underage account.

888 Holding PLC 2013

Ansvarstagande - sex meningar

- We aim to provide responsible adults with the best online gaming entertainment experience.
- We are constantly revising our innovative procedures to ensure minors are unable to access our gaming sites.
- We continue to innovate in this area including the development of our proprietary sophisticated Observer System to help identify and prevent compulsive activity.
- As a responsible, regulated gaming group we comply with both the GamCare and the eCOGRA guidelines.
- Underage activity on our sites is strictly prohibited and 888 takes the matter of underage gaming extremely seriously.
- We make every effort to prevent minors from playing on our sites and use sophisticated verification systems as well as a third party verification supplier to identify and track minors if they log into our software. The verification process today consists of two verification systems, both 192.com and URU.

Spelproblem - en mening

- However, we acknowledge that gaming poses a potential danger to a small minority of people.

Verktyg - åtta meningar

- Our site has links to professional help agencies and we have placed many safeguards for those who need help with controlling their gaming.
- E-Break & Support programme: Run in collaboration with specialist well-known charity Gambling Therapy to offer 888 customers a free of charge four-week gambling therapy programme.
- Self-assessment test: For players who are worried about their gaming habits and want to know more about the signs of compulsive gambling.
- Controlling deposit limits: Should clients feel the need to, they can control their play pattern by self limiting the amounts they deposit per day, per week or per month.
- Self exclusion: A player can request to be self excluded for a chosen period, due to different concerns.
- Based on internal studies we decided to increase time periods available for clients to “cool off”.
- Customers can choose from six different exclusion periods from one day to six months. During this period, 888 blocks the account and no promotional emails are sent to the customer.
- Since 2007 a dedicated website, www.888responsible.com, has been available, providing information regarding all aspects of responsible gaming.

Intern träning - tre meningar

- We also continuously train all our staff in how to provide a safe gaming experience to our customers.
- Our training programme incorporates methods and techniques to help our employees recognise and take appropriate actions if they identify compulsive or underage activity.
- We train our staff to be highly sensitive to the possibility of underage activity and make sure we suspend any account suspected to be an underage account.

Bilaga 2 – Meningar Betsson AB

Betsson AB 2017

Ansvarstagande - åtta meningar

- Responsible gaming is one of the most important parts of Betsson's sustainability work and is pursued at several different levels.
- With more than 50 years' experience of gaming, Betsson fully understands the importance of offering gaming in a responsible and controlled way to be able to run a sustainable business over decades.
- A responsible gaming operator offers information, knowledge and tools that can help the customer keep control of his or her gaming.
- In order to combat problem gambling, Betsson's operational subsidiaries offer customers several different tools.
- Betsson is a Board member of BOS (Industry Association for Online Gaming) in Sweden. Many of the internationally regulated gaming operators offering services to Swedish customers are members of BOS and they have agreed to comply with BOS' Code of Conduct regarding responsible gaming.
- Every year, Betsson initiates a number of activities designed to promote and support responsible gaming.
- Betsson wants gaming to be enjoyable and entertaining for everyone, and the Company believes that offering gaming in a controlled and responsible way is the key to satisfied, safe and loyal customers.
- Betsson has a team that works full time with responsible gaming issues and they also work closely together with customer support and the teams for payments, anti-money laundering and anti-fraud. This work is given high priority and is relevant both to customer well-being and the Company's success.

Spelproblem - fyra meningar

- Problem gambling can arise if the customer continuously fails to gamble at a desired level.
- In order to combat problem gambling, Betsson's operational subsidiaries offer customers several different tools.
- Since Betsson's subsidiaries operate online, a large amount of data is collected on customer behaviour. This data is an important tool for Betsson in terms of understanding which attributes might indicate that a customer has a gaming problem or is at risk of developing such a problem.
- Betsson supports research that can contribute to preventive actions and greater understanding of gaming problems in general. During the course of the year, Betsson has participated in a number of surveys and seminars on responsible gaming.

Verktyg - åtta meningar

- The customer can obtain a clear overview of his or her gaming volume and decide different deposit limits that restrict continued gaming in the event the gaming volume exceeds the limit.
- As of the fourth quarter 2017, Betsson is reporting how many of all new depositing customers (NDC's) choose to set a deposit limit. In the fourth quarter 2017 it was 12.6 (10.5) percent.
- Since Betsson's subsidiaries operate online, a large amount of data is collected on customer behaviour. This data is an important tool for Betsson in terms of understanding which attributes might indicate that a customer has a gaming problem or is at risk of developing such a problem. All this data is processed taking into consideration our customers' privacy rights, Betsson being committed to the highest standards of information security and privacy on our customers' data, based on EU legislation together with the future GDPR (General Data Protection Regulation).
- Budget: The customer can set up a budget for gaming so that he or she never plays for more than intended. The budget can be set per day, week or month.
- Self-help programme: If the customer wants to take control over his or her gaming, Betsson offers a free, online self-help programme, 'Gaming Help', which has been developed by Sustainable Interaction.

- Self-test: Betsson offers 'GamTest', a self-test that customers can take to determine whether their own level of gaming is healthy or not. This service is accessible to everyone, customers and non-customers alike.
- Gaming overview: The customer has a gaming overview that clearly shows the individual gaming history. The tool is designed to help players maintain control.
- Self-exclusion: The customer can exclude him or herself from gaming for a period of 24 hours to 6 months, or forever. A suspended account may under no circumstances be opened again before the suspension period expires.

Träning - sju meningar

- The first responsible gaming training for the online business took place in 2002 and the first full-time specialist in responsible gaming joined the Company in 2007.
- To maintain and further develop one of the world's highest standards as regards to responsible gaming, Betsson educates all employees in the Group on gaming addiction issues, regardless of their position.
- Betsson has also introduced an online training tool that includes a personal evaluation.
- All employees are to gain a basic understanding of the importance of promoting healthy gaming.
- Employees who have direct contact with customers also receive additional, more in-depth training.
- The in-depth course addresses issues such as signs of problem gaming and includes practical exercises with anonymised customer situations and a closer look at the Company's responsible gaming tools. Such courses are continuously developed and evaluated.
- In 2017, 262 employees participated in an e-learning regarding responsible gaming and 301 employees participated in the in-depth education. In addition, 107 non-customer focusing employees received basic responsible gaming training provided by Global Gambling Guidance Group (G4) and Sustainable Interaction.

Betsson AB 2016

Ansvarstagande - nio meningar

- Responsible gaming is one of the most important parts of Betsson's sustainability work and is pursued at several different levels.
- Seven Betsson employees worked full time with responsible gaming issues in 2016. This work is given high priority and is relevant both to customer well-being and the Company's success.
- The Company's focus on responsible gaming can be seen in all areas of the organisation. These efforts are an essential part of the Company's development work and procedures, and serve as a tool in the day-to-day operations as well when making business decisions.
- Betsson is one of the organisations behind and a member of BOS (Industry Association for Online Gaming), a lobbying body that seeks to influence Swedish legislation in a positive direction, where responsible gaming is an important aspect.
- In order to combat problem gaming, Betsson's operational subsidiaries offer customers several different tools.
- Responsible gaming is when an operator offers information, knowledge and tools that can help the customer control his or her gaming.
- Every year, Betsson initiates a number of activities designed to promote and support responsible gaming.
- Consequently, Betsson is developing a tool that will help discover gaming problems, and thus help to prevent them. Testing has started, but the tool has not yet been used in large scale.
- Betsson wants gaming to be enjoyable and entertaining for everyone, and the company is convinced that gaming in a controlled and responsible way is the key to satisfied, safe and loyal customers.

Spelproblem - tre meningar

- Problem gaming can arise if the customer continuously fails to gamble at a desired level.

- Since Betsson's subsidiaries operate online, a large amount of data is collected on customer behaviour. This data is an important tool for Betsson in terms of understanding how players behave as well as which attributes might indicate that a customer has a gaming problem or is at risk of developing such a problem.
- Betsson aims to support research that can contribute to preventive actions and greater understanding of gaming problems in general. During the course of the year, Betsson has participated in a number of surveys and seminars on responsible gaming.

Verktyg - sju meningar

- The customer can obtain a clear overview of his or her gaming volume and decide different deposit limits that restrict continued gaming in the event the gaming volume exceeds the limit.
- Since Betsson's subsidiaries operate online, a large amount of data is collected on customer behaviour. This data is an important tool for Betsson in terms of understanding how players behave as well as which attributes might indicate that a customer has a gaming problem or is at risk of developing such a problem.
- Budget: The customer can set up a budget for gaming so that he or she never plays for more than intended. The budget can be set per day, week or month.
- Self-help programme: If the customer wants to take control over his or her gaming, Betsson offers a free, online self-help programme, 'Gaming Help', which has been developed by Sustainable Interaction.
- Self-test: Betsson offers 'GamTest', a self-test that customers can take to determine whether their own level of gaming is healthy or not. This service is accessible to everyone, customers and non-customers alike.
- Gaming overview: The customer has a gaming overview that clearly shows the individual gaming history. The tool is designed to help players maintain control.
- Self-exclusion: The customer can exclude him or herself from gaming for a period of 24 hours to 6 months, or forever. A suspended account may under no circumstances be opened again before the suspension period expires.

Träning - sju meningar

- Mandatory responsible gaming training for all employees In Betsson's operational subsidiaries, investments are continuously made to improve the tools provided on the gaming sites.
- To maintain and further develop one of the world's highest standards as regards to responsible gaming, Betsson educates all employees in the Group, regardless of their position, on gaming addiction issues.
- Betsson has also introduced an online training tool that includes a personal evaluation.
- All employees are to gain a basic understanding of the importance of promoting healthy gaming.
- Employees who have direct contact with customers also receive additional, more in-depth training.
- The in-depth course addresses issues such as signs of problem gaming and includes practical exercises with anonymised customer situations and a closer look at the Company's responsible gaming tools. Such courses are developed and evaluated on a regular basis.
- In 2016, 328 employees were educated by G4 (The Global Gambling Guidance Group). 207 employees participated in an e-learning regarding responsible gaming and 137 employees participated in the in-depth education.

Betsson AB 2015

Ansvarstagande - tolv meningar

- Responsible gaming is one of the most important component parts of Betsson's sustainability work and this issue is pursued at several different levels.
- The company's gaming responsibilities can be seen in all areas of our organisation.

- They dictate company development work and procedures, and act as a working tool on a daily basis and as a guide when making business decisions.
- Responsible gaming is etched in Betsson's corporate culture.
- Responsible gaming is when an operator offers information, knowledge and tools that can help the end user stick to a pre-determined level when gaming.
- Every year, Betsson organises a number of activities designed to promote and support responsible gaming.
- Betsson is one of the organisations behind such initiatives as membership of BOS (Industry Association for Online Gaming), a lobbying body that seeks to influence Swedish legislation in a positive directions where responsible gaming is an important ingredient.
- Betsson looks to support research that can contribute to preventative actions and greater understanding of gaming problematic in general.
- During the course of the year, Betsson has participated in a number of surveys and seminars on responsible gaming, such as a survey that compared the various responsible gaming actions taken by Nordic gaming companies.
- Betsson aims to be one of the highest ranking operators when it comes to responsible gaming.
- In 2015, Betsson's responsible gaming initiatives were internationally recognised yet again in the shape of nomination to and a finalist in all European sector events that include the category Social Responsibility. For example, the company has been a finalist in the Most Responsible Game Operator category at the EGR Awards in London and for the Most Responsible Online Operator at the International Gaming Awards in London for several years in succession.
- Betsson wants gaming to be enjoyable and entertaining for everyone and the company is convinced that playing in a controlled and responsible way is the key to satisfaction, security and loyal customers. This work is therefore given a high priority and is relevant for both customer well-being and the company's success.

Spelproblem - två meningar

- Problem gaming can arise if the end user continuously fails when playing at a certain level and to combat problem gaming, end users can sign an agreement with their Betsson gaming company.
- Betsson looks to support research that can contribute to preventative actions and greater understanding of gaming problematic in general.

Verktyg - sju meningar

- Responsible gaming is when an operator offers information, knowledge and tools that can help the end user stick to a pre-determined level when gaming.
- This specifies a pre-determined gaming level at which the end user can play and Betsson provides tools to enable the user to view their own gaming volume and tools that restrict continued gaming opportunities in the event their gaming volume exceeds the level set.
- In Betsson's gaming companies, investments are made on a continuous basis to improve the tools provided on the gaming sites.
- Budget: The customer can set up a budget for gaming so that he or she never plays for more than intended. The budget can be set per day, week or month.
- Self-help program: If the customer wishes to take control over their gaming, Betsson offers a free, online self-help programme, "Gaming help", which has been developed by Sustainable Interaction.
- Self-test: Betsson offers "GamTest", a self-test that customers can take to determine whether their own level of gaming is healthy or not. This service is accessible to everyone, customers and non-customers alike.
- Gaming overview: The customer has a gaming overview that clearly shows his/her individual gaming history. The tool is designed to help the players have control.

Träning - sex meningar

- To maintain and further develop one of the world's highest standards when it comes to responsible gaming, Betsson aims to ensure all employees in the Group whatever their position, are trained in gaming dependence issues.
- The aim is for all employees to gain a basic understanding of the importance of promoting healthy gambling.
- Employees who have direct contact with customers also receive more in-depth additional training.
- This in-depth training addresses things such as signs of problem gambling and includes practical exercises with anonymised customer situations and a closer look at the company's responsible gaming tools.
- In 2015, 290 new employees underwent responsible gaming training and 139 employees took the in-depth course.
- In the area of employee training, Betsson works closely with the Global Gambling Guidance Group (G4), an internationally recognised responsible gaming training organisation that also audits and certifies gaming pages.

Betsson AB 2014

Ansvarstagande - sex meningar

- The work with issues related to gaming responsibilities is one of the most significant components in Betsson's work with sustainability.
- Responsible gaming is successfully achieved when an operator offers tools which can assist the end user to maintain a level of gaming previously determined by that end user.
- Within Betsson, a number of activities are initiated each year aimed at creating better premises for responsible gaming.
- Betsson is, amongst other things, a member of BOS (Industry Association for Online Gaming) whose purpose is to influence Swedish legislation in ways which are positive for the end user, where the handling of responsible gaming is an important ingredient.
- Betsson's goal is to be listed in the industry's major annual rankings (EGR and IGA) of the operators who are most socially responsible.
- Betsson's work on these issues has been internationally recognized, in that the Company has received or been nominated for various awards in the field. For example, the Company has been a finalist for Most Responsible Game Operator for three consecutive years at the EGR Awards in London, and most recently was nominated for the Most Responsible Online Operator at the International Gaming Awards 2012 in London.

Spelproblem - tre meningar

- Gaming problems can arise if the end user continually fails to keep to the pre-determined level of gaming.
- In order to prevent gaming problems, the end user can sign a binding agreement with Betsson's gaming companies, in which the end user states a predetermined gaming level and Betsson provides both the tools giving the end user an overview of his own gaming volume and the tools restricting continued gaming opportunities should the gaming level exceed the level predetermined by that end user.
- In addition, Betsson has, for several years, offered research grants, in Sweden and Malta, with the aim of stimulating interest in and knowledge of gaming and problematic gambling, and into research and development of preventative measures to prevent or reduce the existence of gambling problems.

Verktyg - sex meningar

- In order to prevent gaming problems, the end user can sign a binding agreement with Betsson's gaming companies, in which the end user states a predetermined gaming level and Betsson provides both the tools giving the end user an overview of his own gaming volume and the tools restricting continued gaming opportunities should the gaming level exceed the level predetermined by that end user.

- A further initiative which is underway is the unique pilot study in conjunction with SIS Labs (formerly known as Spelinsitutet), in which Betsson's subsidiaries are participating. This study is aimed at end users looking for information and skills to assist them in modifying their gaming, or to terminate their gaming entirely. The study is evaluating a new online self-help tool which, based on the individual's requirements and motivation level, will offer tailor-made programs.
- The program will be based on a CBT and MI concept, is 10 weeks long and includes homework, virtual therapy contact and follow-up after the completed treatment.
- After the outcome of the study has been analyzed, which is expected to take place during the first half year of 2014, the plan is that the modified final tool is to be offered to all of Betsson's end users.
- In Betsson's gaming companies, investments are made on a continuous basis to improve the tools provided on the gaming sites.
- For further information concerning Betsson's initiatives regarding responsible gaming, see Betsson Magazines 2012 and 2013, which are available on www.betssonab.com.

Träning - fyra meningar

- In order to maintain and further develop one of the world's highest standards in responsible gaming, all employees in the Betsson Group, regardless of their roles, are trained in basic issues related to gaming addictions.
- The majority of employees also receive continuous training, both internally and externally.
- The aim of this continuous training is to ensure that all employees possess a basic understanding of the importance of promoting sound gambling.
- Regarding employee training, Betsson collaborates with Global Gambling Guidance Group (G4) and SIS Labs.

Betsson AB 2013

Ansvarstagande - sex meningar

- The work with issues related to gaming responsibilities is one of the most significant components in Betsson's work with sustainability.
- Responsible gaming is successfully achieved when an operator offers tools which can assist the end user to maintain a level of gaming previously determined by that end user.
- Within Betsson, a number of activities are initiated each year aimed at creating better premises for responsible gaming.
- Betsson is, amongst other things, a member of BOS (Industry Association for Online Gaming) whose purpose is to influence Swedish legislation in ways which are positive for the end user, where the handling of responsible gaming is an important ingredient.
- Betsson's goal is to be listed in the industry's major annual rankings (EGR and IGA) of the operators who are most socially responsible.
- Betsson's work on these issues has been internationally recognized, in that the Company has received or been nominated for various awards in the field. For example, the Company has been a finalist for Most Responsible Game Operator for three consecutive years at the EGR Awards in London, and most recently was nominated for the Most Responsible Online Operator at the International Gaming Awards 2012 in London.

Spelproblem - tre meningar

- Gaming problems can arise if the end user continually fails to keep to the pre-determined level of gaming.
- In order to prevent gaming problems, the end user can sign a binding agreement with Betsson's gaming companies, in which the end user states a predetermined gaming level and Betsson provides both the tools giving the end user an overview of his own gaming volume and the tools restricting continued gaming opportunities should the gaming level exceed the level predetermined by that end user.

- In addition, Betsson has, for several years, offered research grants, in Sweden and Malta, with the aim of stimulating interest in and knowledge of gaming and problematic gambling, and into research and development of preventative measures to prevent or reduce the existence of gambling problems.

Verktyg - sex meningar

- Responsible gaming is successfully achieved when an operator offers tools which can assist the end user to maintain a level of gaming previously determined by that end user.
- In order to prevent gaming problems, the end user can sign a binding agreement with Betsson's gaming companies, in which the end user states a predetermined gaming level and Betsson provides both the tools giving the end user an overview of his own gaming volume and the tools restricting continued gaming opportunities should the gaming level exceed the level predetermined by that end user.
- A further initiative which is underway is the unique pilot study in conjunction with SIS Labs (formerly known as Spelinsitutet), in which Betsson's subsidiaries are participating. This study is aimed at end users looking for information and skills to assist them in modifying their gaming, or to terminate their gaming entirely. The study is evaluating a new online self-help tool which, based on the individual's requirements and motivation level, will offer tailor-made programs.
- The program will be based on a CBT and MI concept, is 10 weeks long and includes homework, virtual therapy contact and follow-up after the completed treatment. After the outcome of the study has been analyzed, which is expected to take place during the first half year of 2014, the plan is that the modified final tool is to be offered to all of Betsson's end users.
- In Betsson's gaming companies, investments are made on a continuous basis to improve the tools provided on the gaming sites.
- For further information concerning Betsson's initiatives regarding responsible gaming, see Betsson Magazines 2012 and 2013, which are available on www.betssonab.com.

Träning - fyra meningar

- In order to maintain and further develop one of the world's highest standards in responsible gaming, all employees in the Betsson Group, regardless of their roles, are trained in basic issues related to gaming addictions.
- The majority of employees also receive continuous training, both internally and externally.
- The aim of this continuous training is to ensure that all employees possess a basic understanding of the importance of promoting sound gambling.
- Regarding employee training, Betsson collaborates with Global Gambling Guidance Group (G4) and SIS Labs.

Bilaga 3 – Meningar Kindred Group PLC

Kindred Group PLC 2017

Ansvarstagande - 35 meningar

- We promote fair play and responsible gambling.
- At Kindred, we want our customers to enjoy the entertainment we provide through our games. And we want to make sure that our customers do so in a safe, secure and supported manner.
- We are committed to do all that we reasonably can to promote responsible gambling and to help and support those who develop gambling problems.
- A key part of our work to secure responsible play is collaboration.
- We believe that sharing knowledge and data across operators, regulators, treatment centres, partners and researchers is the key to learn more about problem gambling and to minimise its harmful effects.
- Over the years, we have invested significant funds in building a unique player safety model and approach.
- In this, we combine risk indicators based on empirical studies with a humanistic personalised approach.
- The indicators in our detection system are based on findings from research studies.
- The indicators range from written and verbal communication style, chasing losses and winnings, declined deposits, reversed withdrawals and changes in deposit methods.
- “Responsible gambling & player protection” and “Ethical marketing“ were both topics deemed most material in our Materiality Assessment.
- We work closely with prominent researchers and professors within the field of Responsible Gambling to ensure that we always have the latest knowledge and learnings, to continue the development of our systems and tools.
- As soon as a customer is identified as at risk, our trained analysts build a profile of him/her and advise on the best possible responsible gambling tools to help him/her stay in control.
- In a conversation with the customer, we advise him/her on the best steps forward for safer play through education and the promotion of responsible gambling. This can be via a personal e-mail or online message with information about specific responsible gambling control tools, or via a phone call from a responsible gambling expert, guiding the player to implement one or more of our control tools or, in a few cases, via the closure of the player’s account.
- We work with a number of responsible gambling tools that are designed to help our customers stay in control.
- We monitor the use of our control tools closely and continually evaluate their impact and make improvements.
- We promote our tools through a dedicated Responsible Gambling page on all our brand sites and where relevant, through direct communication to our customers.
- We also ask our customers about their experience with us and their level of trust in us. In 2017, on average, our customers gave us a score of 3.8 out of 5 when asked if they trust that our brands will help them stay in control of their gambling and 4.13 out of 5 when asked if they trust that our responsible gambling tools will help them stay in control of their gambling.
- As a business, we have no interest in our customers spending more than they can afford and we do all we can to help our players to stay in control of their gambling.
- We know that self-exclusion is the last resort for players who have developed a problem. Therefore, we encourage our players to use control tools to help manage their play.
- We continually track these numbers and work to improve our customers’ trust in our approach and tools.
- The more our customers use our control tools, the fewer self-exclusions we see. This is positive as it means our customers remain in control of their play.

- We've learned from researchers, that by providing access to our data, we can significantly support research into the area of problem gambling. Therefore, we work closely with a broad range of stakeholders when we investigate new and innovative ways to expand our initiatives in this area.
- We hosted our second Responsible Gambling Conference in Malta. More than 270 people from operators, regulators, universities and treatment centres participated in the day, which was focused around collaboration and sharing knowledge and data.
- We facilitated a round table session with technology pioneers and addiction psychologists exploring opportunities around how Artificial Intelligence can be used to detect early signs of problem gambling.
- We commissioned two of the world's leading researchers in the area of responsible gambling, Dr Michael Auer and Professor Mark Griffiths, to carry out research on gambling practices using anonymous customer data from Kindred. This project will last for three years.
- We have worked with Gambling Therapy on a number of projects.
- In 2017, we funded the development of a free gambling therapy app targeted at problem gamblers in the United Kingdom, Sweden, Norway, Finland and Denmark.
- We also collaborated with GambleAware on a project that looked into the nature and risk of remote gambling, where we supplied anonymous customer data.
- During 2017, we collaborated with Betfilter to develop a new online tool that prevents underage people being exposed to gambling ads. The tool gives customers the ability to block gambling related pop-ups on their devices.
- In 2017, we became the first operator to successfully complete an external audit against the official 2014 EU Recommendation on Consumer Protection and Responsible Gambling (2014/478/EU). The independent audit was conducted by eCOGRA, a leading audit body accredited in several countries.
- More than 270 people from operators, regulators, treatment centres and more participated in our second Responsible Gambling conference
- 1st operator to successfully complete external audit on the official 2014 EU Recommendation on Consumer Protection and Responsible Gambling (2014/478/EU)
- The corresponding GRI topics can be seen in the GRI Content Index in this report.
- Chart 1 shows the relationship between the use of control tools and long-term self-exclusion. It shows a clear correlation between the two. The more our customers use our control tools, the fewer self-exclusions we see. This is positive as it means our customers remain in control of their play. Over the years, the use of control tools has increased significantly. This can be explained by the addition of new tools to give our customers more choice and at the same time investing resources in rethinking our communication and advertisement of our control tools.
- Chart 2 again shows the relationship between control tools and long-term self-exclusions, but here only for customers who have been detected in our PS-EDS. There is a clear uptake in the use of control tools in the group of customers who have been detected in our system and receive personal advice as a result. This indicates that our approach does have a positive effect on customers' level of control. All numbers represented in this chapter are accumulated numbers from the Kindred group platform.

Spelproblem - nio meningar

- For more than a decade we have been investing heavily in developing state of the art technologies to detect and prevent problematic gambling behaviours.
- We recognise that while more than 97 percent of customers use gambling as a recreational activity, for some, gambling can stop being entertaining, and cause personal, financial and/or social and psychological health problems.
- We are committed to do all that we reasonably can to promote responsible gambling and to help and support those who develop gambling problems.
- As a digital company, we create a digital fingerprint of our customers' behaviour on our platform. This allows us to detect, monitor and follow-up on problematic gambling activities, which is a big part of building a safe gambling environment for our customers.

- We believe that looking at each customer individually rather than part as a group is the most efficient way to prevent problematic gambling at an early stage.
- In 2011, Kindred Group, together with a group of researchers from the University of Lucerne, started investing heavily in the development of an algorithm that detects early signs of problem gambling.
- Customer data is run through this algorithm and, based on the indicators, the system classifies the customer into one of four risk classifications. There are four gambler types in this framework; Social Gambler, Regular Gambler, Problem Gambler and Pathological Gambler.
- We also closely monitor the effect PS-EDS and our customer outreach approach have on players who are detected as potential problem gamblers.
- We know that the only way to combat problem gambling is by collaborating with operators, regulators, partners, treatment centres, and researchers.

Verktyg - 18 meningar

- To ensure consistency and efficiency we deploy tools at a customer account level and not at a product or transaction level.
- We believe that monitoring our customers over time is what makes the difference in ensuring customers stay in control of their gambling.
- We believe that responsible gambling information should always be available, not just when a customer is detected as problematic. Therefore, we have a dedicated responsible gambling page which is always accessible for our customers, even if they are not logged in.
- We call our detection system Player Safety – Early Detection System (PS-EDS). PS-EDS is a 360° player safety model and approach which allows us to monitor, support and protect players. The system is a dynamic tool that is continually being developed and enhanced.
- Based on customer behaviour across the customer lifecycle and customer journeys, the system will detect customers showing signs of problematic gambling.
- We give our customers the option to self-exclude from gambling on our sites for a set period.
- To measure the effectiveness of our approach and detection system we look at a number of KPIs and at usage of control tools, both in the total customer group and in the group of customers who are detected in our PS-EDS.
- We also closely monitor the number of customers who self-exclude.
- Generally, we have observed that 66% of customers deposit less after having been detected in PS-EDS and that 8% of customers who are detected set up a non-mandatory control tool in the following month.
- Some customers manage to regulate their gambling after receiving information about responsible gambling, whereas others need more support by using one of our responsible gambling control tools.
- Over the years, the use of control tools has increased significantly. This can be explained by the addition of new tools to give our customers more choice and at the same time investing resources in rethinking our communication and advertisement of our control tools.
- Customers who self-exclude from a brand will not receive direct marketing from that brand.
- Deposit Limits: allows our customers to stay in control of their spend all customers 5.34%, system 13.00%
- Reality Checks: allows our customers to stay in control of their time with alerts at 30m, 60m or 90m intervals all customers 0.13%, system 0.43%
- Loss Limit: helps our customers control their gambling by setting a loss limit on any product all customers 0.56%, system 2.25%
- Self-Exclusion > 6 months: helps our customers stay in control by blocking access to their account for a set time period or indefinitely all customers 2.73%, system 7.24%
- Self-Exclusion < 6 months: lets our customers take a break from specific products by restricting access for a set time period all customers 1.80%, system 5.55%
- Block betting website: Offering software that blocks access to all gambling sites

Träning - fem meningar

- Average hours of training per employee, all employees 8.57
- Average hours of training per employee, women 8.90
- Average hours of training per employee, men 8.01
- Total hours of training all employees 6,413
- Average cost of external training per employee GBP 351

Kindred Group PLC 2016

Ansvarstagande - elva meningar

- We are always seeking to drive further improvements in this critical area of our business, so we are never satisfied. But it was still an excellent achievement for the team and for the whole company to be presented with the EGR Award as the Socially Responsible Operator of the Year in November 2016.
- All of our operations are designed to restrict, as much as possible, problems arising such as addiction and under-age gambling, thus safeguarding the integrity and security of our customers and our operations.
- For Kindred, responsibility takes a number of forms, of which primary prevention is the most important.
- Our responsible gambling approach rests on two main pillars – harm prevention and harm minimisation.
- Prevention activities include tools and campaigns focused on raising awareness about gambling and problem gambling across all markets.
- As of the fiscal year 2017 we will report our sustainability achievements in accordance with the Global Reporting Initiative (GRI).
- While the vast majority of people enjoy gambling safely as part of their normal entertainment budget, at Kindred Group we recognise that for a small minority of customers there can be issues that require enhanced attention from us, such as responsible gaming, fraud prevention and online security.
- Helping our customers stay in control by providing a safe and secure online environment as well as preventing fraud, contributes to our aim of offering the best customer experience.
- As a leading online gambling company we recognise the risks and concerns associated with gambling, which is why player safety, alongside taking an active part in our communities, ensuring we operate a diverse and appreciated workplace as well as contributing to a sustainable environment remains at the heart of our business and corporate culture.
- In October 2016 the Group sponsored a Responsible Gaming conference for key stakeholders in Malta.
- Working in a transparent and constructive way with governments, regulators and other stakeholders to develop sustainable regulation of gambling that secures social objectives and ensures the best standards of care for the customer.

Spelproblem - tre meningar

- Using a risk-based approach, the software detects early signs of problem gambling using indicators based on empirical studies, and allows us to monitor, support and protect players in a proactive way.
- All of our operations are designed to restrict, as much as possible, problems arising such as addiction and under-age gambling, thus safeguarding the integrity and security of our customers and our operations.
- As a digital company we have the ability to create a digital fingerprint of our customers' behaviours on our platform, allowing us to detect, monitor and follow-up on problematic gambling activities which enhances our ability to create a safe gambling environment.

Verktyg - två meningar

- Responsible gambling tools can be used in order to diminish the level of gambling, and help regulating one's activity.

- Kindred's award winning proprietary Player Safety Early Detection System (PS-EDS) is at the heart of our responsible gaming approach.

Träning - inga meningar

Kindred Group PLC 2015

Ansvarstagande - 13 meningar

- The Group takes a proactive approach to responsible gaming and sees this as a fundamental pillar in building long- term customer relationships.
- Helping players stay in control of their gambling, providing a safe and secure online environment and preventing fraud, all contribute to the Group's aim of providing the best customer experience.
- With 18 years of experience in the gaming industry, the Group continues to lead the field, investing in ongoing research to ensure its knowledge of customer behaviour is second tonone.
- This year the Group is working in collaboration with the Responsible Gambling Trust (RGT) on research which aims to understand how existing operator systems, processes and controls can minimise harm and to document the markers used by each operator to signal problem play.
- The Group is also providing data to a new study commissioned by the RGT on the causes of harm due to online gambling which will use an in-depth qualitative approach.
- In addition, the Group will be contributing data and funding to a separate independent study seeking to understand the psychosocial benefits of gambling.
- This humanistic approach is underpinned by the Group's award winning Player Safety – Early Detection System (PS-EDS) which monitors player activity 24/7 and uses constantly updated indicators to identify players at risk.
- The Group shares this expertise with gambling support organisations and local treatment centres, providing financial support for centres in Malta, Denmark, Belgium, the UK and the Netherlands.
- Continue to use the latest scientific evidence to help in the detection of potential problem gambling behaviour achieved
- Provide support to national gambling organisations achieved
- Provide players with the best possible support tools, such as deposit/spend limits and self-exclusion: Ongoing – The Group continues to develop and optimise its responsible gaming tools and invest in research. In 2015 the Group launched customer product blocking and free use of the Betfilter service for its customers.
- For those customers, the Unibet Group has teamed up with the Center of Responsible Gaming, a responsible gaming organisation in the Netherlands, to develop an app, called bet.ter. In 2016, the app will be released first in the Netherlands and then rolled out to other countries.
- In encouraging responsible gaming, prevention of addiction is key. The Group wants the customer journey to be rewarding, with customers in full control of their gaming behaviour while enjoying the products.

Spelproblem - en mening

- This year the Group is working in collaboration with the Responsible Gambling Trust (RGT) on research which aims to understand how existing operator systems, processes and controls can minimise harm and to document the markers used by each operator to signal problem play.

Verktyg - två meningar

- Depending on the nature of the risk indicators, a tailored solution will be put in place which could include responsible gaming tools such as deposit limits, self-exclusion and product blocking.
- For those customers, the Unibet Group has teamed up with the Center of Responsible Gaming, a responsible gaming organisation in the Netherlands, to develop an app, called bet.ter. This app contains visual, easy to digest overviews of spending, against limits the customer sets for themselves. Also,

built-in functionality such as a self-test and a direct line to responsible gaming organisations further help the customer to enjoy products in a responsible manner, and to prevent problems developing.

Träning - två meningar

- One of the Group's employees is undertaking a PhD with the focus of the research on the different aspects of the customer life cycle in determining the best possible responsible gaming intervention.
- This feeds directly into the Group's approach to player safety, building a deep understanding of customer behaviour and then taking steps to identify potential problems and provide personalised, holistic support to any players affected.

Kindred Group PLC 2014

Ansvarstagande - tio meningar

- At the heart of Corporate Social Responsibility (CSR) is player protection. The Group takes a proactive approach to player safety promoting responsible gaming in a safe, secure and supportive environment.
- The Group organises its Corporate Social Responsibility (CSR) activities under the following categories: Fair Play, Playing in our Environment and Playing in our Communities.
- Progress against all objectives this year has been good with CSR becoming embedded into the Unibet culture.
- Plans are already in place to raise standards to the next level in the coming year.
- A proactive approach to Responsible Gaming is seen as a fundamental pillar in building a long-term positive customer relationship. This is based on using the latest empirical research to analyse customer behaviour, creating a profile to understand what is happening, and then taking steps to help ensure that problem gambling does not develop into pathological gambling, for example, setting limits to regulate spend.
- A pioneer in digital safety, Unibet's unique Player Safety Early Detection System (PS-EDS) is a proprietary system that monitors player activity 24/7, using constantly updated indicators from the latest scientific research to identify players at risk.
- In recognition of Unibet's place at the forefront of the online gaming industry, PS-EDS was awarded "Innovation of the Year" by eGaming Review in 2014.
- Continue to use the latest scientific evidence to help in the detection of potential problem gambling behaviour achieved
- Provide support to national gambling organisations achieved
- Provide players with the best possible support tools, such as deposit/spend limits and self-exclusion in progress: Advances have been made, and also proposals for more advanced responsible gaming tools for next year. The proposed tools were suggested after reviewing gambling related literature and speaking to local treatment centres.

Spelproblem - en mening

- A pioneer in digital safety, Unibet's unique Player Safety Early Detection System (PS-EDS) is a proprietary system that monitors player activity 24/7, using constantly updated indicators from the latest scientific research to identify players at risk.

Verktyg - två meningar

- Unibet has over 17 years' experience in helping players stay in control of their gambling and since 2012, has been using its proprietary technology (PS-EDS) to spot early signs of problem gambling, backed up by a personalised, holistic approach to address the needs of the individual concerned.
- It also educates customers about online self- help programmes and other responsible gaming tools, such as deposit limits, self-exclusion and product blocking.

Träning - tre meningar

- All people in Unibet, from the CEO downwards, undergo mandatory training in Unibet's approach to Responsible Gaming, using a multi-tiered approach dependent on the employees role.
- This approach is supported by Gambling Therapy, a global online support service for people who have been adversely affected by gambling.
- In addition, Unibet provides this expertise to treatment centres in Sweden, Malta and Denmark and offers them funding and support.

Kindred Group PLC 2013

Ansvarstagande - 13 meningar

- CSR is part of the DNA of our company.
- Protecting and taking care of our players is at the core of our customer centric approach and we take player safety seriously.
- Whilst this makes good commercial sense as players who have a good experience will come back, it also helps position us as a responsible gaming company.
- We aim to be seen as a market leader in this area, contributing to setting standards and building a reputation for fair play.
- Unibet's approach to corporate social responsibility (CSR) is embedded in the way the Group operates and central to the Group's strategy of putting players first.
- The key areas of focus are on player safety, reducing environmental impact and contributing to the community. Unibet refers to these as Fair Play, Playing in our Environment and Playing in our Communities.
- Unibet already works closely with Gambling Therapy, a global online support service for people and their relatives who have been adversely affected by gambling. This extends to suppliers, as laid out in the Unibet's new supplier code.
- They must familiarise themselves with Unibet's Responsible Gaming Policy and Advertising Policy and ensure day to day activities carried out on behalf of Unibet are within the spirit and guidelines of the Policy.
- Activity is monitored 24/7 to identify unusual patterns of behaviour, with suspicious transactions being reported to relevant authorities and accounts suspended or closed if required.
- Unibet is seen as being at the forefront of the online gaming industry, with its focus on detection and prevention and the provision of tools for customers to stay in control. The recent nominations for eGaming Review's Responsible Gaming Award and the International Gaming Awards are external recognition of this dedication.
- Continue to use the latest scientific evidence to help in the detection of potential problem gambling behaviour achieved
- Provide support to national gambling organisations achieved
- Provide players with the best possible support tools, such as deposit/spend limits and self-exclusion in progress

Spelproblem - två meningar

- Unibet also takes a proactive approach to identifying the signs of problem gambling, through its proprietary Player Safety Early Detection System (PS-EDS).
- Academic research has demonstrated that a very small percentage of players may experience gambling problems, but taking action following early signs can prevent addiction and help customers regulate their gambling. The Unibet system PS-EDS monitors key indicators and has an 85 per cent successful predictive rate.

Verktyg - en mening

- Once a potential issue is identified a personalised approach is taken, with the customer service team trained to provide prompt assistance and guidance, for example, helping customers set spending deposit limits or self-exclusion periods.

Träning - tre meningar

- Everyone in the organisation, from the CEO downwards, receives training in responsible gaming.
- Customer-facing staff receive additional training in communicating with customers and senior staff may be given training in motivational interviewing skills by external organisations specialising in gambling addiction.
- Unibet's suppliers must also ensure that their employees adhere to the CEN Workshop Agreement Standard CWA 16259 that defines the control measures for responsible remote gambling.

Bilaga 4 – Meningar Olympic Entertainment Group AS

Olympic Entertainment Group AS 2017

Ansvarstagande - tio meningar

- We always offer the most secure environment – we have a deserved reputation for high security standards and well developed responsible gaming programs.
- We take care of our own – we take responsibility for our own actions and always support our team.
- As a responsible company, we are part of society and we behave accordingly in all our business areas.
- As a socially responsible company, Olympic Entertainment Group allocates a certain part of its budget to charity.
- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- We act with social awareness – we are proud of our high ethical standards
- We are committed to legal and responsible advertising
- We provide safe, licensed and responsible gaming services
- We have established visitors' minimum age and registration
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Spelproblem - åtta meningar

- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- The Group has established the rules of social responsibility that set out requirements for subsidiaries that they are obliged to comply with the statutory requirements and take preventive measures to avoid gaming addiction.
- The rules also establish requirements for notifying clients of gaming addiction.
- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We offer help against problem gambling
- We collaborate with problem gamblers groups.
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.
- The Group also collaborates with several psychologists who help problem gamblers.

Verktyg - en mening

- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Träning - två meningar

- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We ensure that we continuously develop our industry-specific knowledge

Olympic Entertainment Group AS 2016

Ansvarstagande - tio meningar

- We always offer the most secure environment – we have a deserved reputation for high security standards and well developed responsible gaming programs.
- We take care of our own – we take responsibility for our own actions and always support our team.

- As a responsible company, we are part of society and we behave accordingly in all our business areas.
- As a socially responsible company, Olympic Entertainment Group allocates a certain part of its budget to charity.
- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- We act with social awareness – we are proud of our high ethical standards
- We are committed to legal and responsible advertising
- We provide safe, licensed and responsible gaming services
- We have established visitors' minimum age and registration
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Spelproblem - åtta meningar

- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- The Group has established the rules of social responsibility that set out requirements for subsidiaries that they are obliged to comply with the statutory requirements and take preventive measures to avoid gaming addiction.
- The rules also establish requirements for notifying clients of gaming addiction.
- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We offer help against problem gambling
- We collaborate with problem gamblers groups.
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.
- The Group also collaborates with several psychologists who help problem gamblers.

Verktyg - en mening

- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Träning - två meningar

- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We ensure that we continuously develop our industry-specific knowledge

Olympic Entertainment Group AS 2015

Ansvarstagande - tio meningar

- We always offer the most secure environment – we have a deserved reputation for high security standards and well developed responsible gaming programs.
- We take care of our own – we take responsibility for our own actions and always support our team.
- As a responsible company, we are part of society and we behave accordingly in all our business areas.
- As a socially responsible company, Olympic Entertainment Group allocates a certain part of its budget to charity.
- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- We act with social awareness – we are proud of our high ethical standards
- We are committed to legal and responsible advertising
- We provide safe, licensed and responsible gaming services

- We have established visitors' minimum age and registration
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Spelproblem - åtta meningar

- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- The Group has established the rules of social responsibility that set out requirements for subsidiaries that they are obliged to comply with the statutory requirements and take preventive measures to avoid gaming addiction.
- The rules also establish requirements for notifying clients of gaming addiction.
- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We offer help against problem gambling
- We collaborate with problem gamblers groups.
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.
- The Group also collaborates with several psychologists who help problem gamblers.

Verktyg - en mening

- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Träning - två meningar

- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We ensure that we continuously develop our industry-specific knowledge

Olympic Entertainment Group AS 2014

Ansvarstagande - tio meningar

- We always offer the most secure environment – we have a deserved reputation for high security standards and well developed responsible gaming programs.
- We take care of our own – we take responsibility for our own actions and always support our team.
- As a responsible company, we are part of society and we behave accordingly in all our business areas.
- As a socially responsible company, Olympic Entertainment Group allocates a certain part of its budget to charity.
- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- We act with social awareness – we are proud of our high ethical standards
- We are committed to legal and responsible advertising
- We provide safe, licensed and responsible gaming services
- We have established visitors' minimum age and registration
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Spelproblem - åtta meningar

- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.

- The Group has established the rules of social responsibility that set out requirements for subsidiaries that they are obliged to comply with the statutory requirements and take preventive measures to avoid gaming addiction.
- The rules also establish requirements for notifying clients of gaming addiction.
- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We offer help against problem gambling
- We collaborate with problem gamblers groups.
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.
- The Group also collaborates with several psychologists who help problem gamblers.

Verktyg - en mening

- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Träning - två meningar

- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We ensure that we continuously develop our industry-specific knowledge

Olympic Entertainment Group AS 2013

Ansvarstagande - tio meningar

- We always offer the most secure environment – we have a deserved reputation for high security standards and well developed responsible gaming programs.
- We take care of our own – we take responsibility for our own actions and always support our team.
- As a responsible company, we are part of society and we behave accordingly in all our business areas.
- As a socially responsible company, Olympic Entertainment Group allocates a certain part of its budget to charity.
- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- We act with social awareness – we are proud of our high ethical standards
- We are committed to legal and responsible advertising
- We provide safe, licensed and responsible gaming services
- We have established visitors' minimum age and registration
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Spelproblem - åtta meningar

- Olympic Entertainment Group has actively participated in the committees for drafting gaming legislation in its areas of activity, making proposals for achieving a responsible approach towards gaming.
- The Group has established the rules of social responsibility that set out requirements for subsidiaries that they are obliged to comply with the statutory requirements and take preventive measures to avoid gaming addiction.
- The rules also establish requirements for notifying clients of gaming addiction.
- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We offer help against problem gambling
- We collaborate with problem gamblers groups.
- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

- The Group also collaborates with several psychologists who help problem gamblers.

Verktyg - en mening

- All our casinos have information materials that call for reasonable gaming and give information as to where help can be received.

Träning - två meningar

- Our staff is trained to be aware of problem gambling
- We ensure that we continuously develop our industry-specific knowledge

Bilaga 5 – Meningar PaddyPower Betfair Group PLC

PaddyPower Betfair Group PLC 2017

Ansvarstagande - sju meningar

- We have robust and wide-ranging policies on responsible gambling and routinely engage with customers we think are at risk. These include supporting a maximum Fixed Odds Betting Terminal (“FOBT”) stake of £10 or less in the UK Government’s review, pushing for fewer gambling adverts around live sport in the UK and Australia, and supporting levies on operators in our key markets to create the public health infrastructure needed to cater for the research, education and treatment of problem gambling.
- We are supportive of regulatory intervention which helps us track customer behaviour, introduce better processes to avoid harm, and to restrict advertising to the young and the vulnerable in all our markets.
- We support the BetKnowMore project in Islington, London which provides a tailored counselling service to gamblers who think they have a problem.
- We also displayed responsible gambling messaging across our websites and on social media, attended Parliamentary receptions to promote responsible gambling, and arranged talks for our corporate office employees to hear from the problem gambling charities we support.
- The RWA has worked with the Australian Government to introduce a national consumer protection framework, which includes an industry-funded self-exclusion register, a ban on sign-up offers, and the introduction of account summary pages with more consistent responsible gambling messaging.
- We remain a supporter of Gambling Therapy, a European-wide responsible gambling app which provides support in over 10 languages.
- In Ireland, we fully support the introduction of the Gambling Control Bill, which will establish an independent regulator for the sector.

Spelproblem - tre meningar

- We also fund the education, research and treatment of problem gambling as required by our licensing conditions.
- We continue to provide funding to Dunlewey Addiction Services who provide resident treatment for problem gamblers.
- In Spain, we helped set up Juego Es Responsable, a self-regulated responsible gambling body, which seeks to raise awareness of problem gambling issues.

Verktyg - elva meningar

- We provide tools and support to our customers to help them manage their gambling across all of our brands and channels including: deposit and loss limits, reality checks, time out facilities and self-exclusion.
- We made the following improvements to our responsible gambling tools and processes in 2017:
- We introduced additional risk profiles into our customer monitoring, which enables us to detect and interact with customers showing signs of a problem more quickly.
- This helped us achieve our goal of having more customers use our responsible gambling tools.
- We introduced new Terms and Conditions and a monitoring programme for our affiliate marketing network to ensure they subscribe to the high standards we have set.
- We launched six new responsible gambling microsites in different languages for our international customers. These sites include self-help tools and live chat functionality.
- We introduced an iPad self-exclusion process for our UK retail betting shops which enables customers to complete the process more quickly and much more efficiently.
- We harmonised our Customer Awareness Activity Programme across both the Betfair and Paddy Power brands.

- This change led to a 30% increase in the amount of customers using the Betfair responsible gambling microsite.
- We launched updated Player Awareness Monitoring programmes for our FOBT customers along with other members of the Association of British Bookmakers with more advanced markers of harm triggers.
- The app offers self-help tutorials, mindfulness exercises and a live chat facility with access to trained counsellors.

Träning - en mening

- All employees are required to have regular responsible gambling training and customer-facing employees attend workshops to help them spot and interact with customers who show signs of a problem.

PaddyPower Betfair Group PLC 2016

Ansvarstagande - nio meningar

- Responsible gambling continues to be a major focus for us and is an important aspect of delivering on our Vision.
- Since the Merger, we have created a consistent set of responsible gambling procedures, tools, training and messaging across all of our brands both online and in our retail shops.
- Putting in place consistent, high-quality responsible gambling messaging across all of our products and services.
- Refreshing our responsible gambling microsites.
- Enhancing new player awareness systems to monitor customer behaviour and spot erratic play.
- We support Gambling Therapy to develop self-help websites and apps for customers in a variety of European languages.
- During Gamble Aware week, all of our shop window advertising was dedicated to responsible gambling messaging and customers were asked to consider “how much = too much?” on social media.
- We are currently involved in two projects designed to increase the scope and effectiveness of UK self-exclusion processes: Multi-Operator Self-Exclusion Schemes (“MOSES”) MOSES was introduced in 2016 and enables customers to self-exclude from all retail shops in a certain area. National Online Self-Exclusion Scheme (“NOSES”) NOSES, when introduced, will enable customers to self-exclude from all UK licensed online gambling companies.
- As part of this, RWA supports government regulation in Australia which: reduces the level of advertising during sports broadcasts; prohibits sign-up offers on a national basis; phases out credit betting; and prohibits gambling advertising on public transport.

Spelproblem - två meningar

- Putting in place better processes for contacting customers who show signs of problem gambling.
- In addition to ensuring a high level of support on our own channels, we also participate in a wide range of industry activities to fund the research, education and treatment of problem gambling.

Verktyg - två meningar

- We offer a variety of tools to our customers to help them manage their gambling, including: Deposit and loss limits; Reality Checks; Time out facilities to encourage customers to ‘take a break’; Self-exclusion both online and in our retail shops.
- As part of this, RWA supports government regulation in Australia which: requires operators to offer a broader range of ‘time out’ options;

Träning - en mening

- Harmonising training across our brands and channels with enhanced training for customer-facing employees to enable them to monitor and recognise erratic gambling and support and manage customers showing signs of this.

PaddyPower Betfair Group PLC 2015

Ansvarstagande - 19 meningar

- Building on an already well established programme of activity, we continue to invest both financial resources and technical capability in advancing our own responsible gambling practices and those of the wider industry.
- In 2015, we launched two high profile advertising campaigns featuring messages in shops, online, across social media, television and radio.
- The Senet Group kicked off in early 2015 with a new campaign, 'When the Fun Stops, Stop', which now features across all member advertising in print, online and television.
- This was launched to coincide with a new £2m TV campaign – #BadBetty – to raise awareness of the potential risks of gambling and ways to stay in control.
- In total, together with other member contributions, the campaign featured across 6,500 shop windows, and included up to £7.5m worth of TV and print support for our responsible gambling message.
- #GambleSmart focused specifically on raising awareness of the behaviours that all customers are recommended to adopt in order to ensure gambling is fun, such as setting limits, not betting when you are angry, and never chasing losses.
- Together with a full window takeover of betting shops during the campaign, a series of videos and memes were seeded via social media channels and for the first time featured on our gaming machines in shops.
- We have introduced a similar messaging campaign for our online customers, employing a similarly data driven approach to identifying potential markers of harm and seeking to educate those players about their play.
- In addition to our commitments to campaigns under the auspices of the Senet Group and other industry bodies, we also conduct regular email awareness campaigns to our entire customer base, highlighting our suite of responsible gambling tools and directing people to our responsible gambling microsite.
- In 2015, we worked closely with the industry to develop multi-operator self-exclusion schemes for retail customers.
- We are pleased to work with a number of external partners who challenge our thinking and help shape our approach to responsible gambling and protecting vulnerable customers.
- We have long standing relationships with the Responsible Gambling Trust, Gamble Aware, GamCare, and Gambling Therapy, to help us better understand the issues involved with problem gambling.
- We employ a dedicated team of professionals with experience in responsible gambling, both in an online and retail environment.
- We added a Group Head of Responsible Gambling to this team to help coordinate our efforts and ensure that we were continuing to advance our practices.
- In addition, data driven behavioural analysis is conducted on gaming machine loyalty card customers.
- Where appropriate, a responsible gambling interaction will be conducted, either through electronic format (text or email) or face-to-face, if required.
- In retail, Paddy Power operates a strict 'Think 21' policy that requires shop staff to validate the age of any customer who could be under 21.
- It is always the aim to check identification before a customer can place a bet but if any bets have been placed they are voided immediately.
- We also work closely with age verification software providers to help develop new and better ways of verifying age as the range of payment methods increases.

Spelproblem - inga meningar

Verktyg - 15 meningar

- Paddy Power deploys a range of tools, on gaming machines and online, to help customers manage the time and money they spend with us.
- In addition we operate a dedicated responsible gambling microsite that operates as a tool for all our customers. These information portals provide access to self-assessment questionnaires, budget calculators, information on the various forms of treatment available, relevant contact information, and advice on software to block access to gambling sites.
- During 2015, we have been fine-tuning a data driven model that seeks to identify those customers exhibiting tendencies that indicate a propensity for problem gambling.
- A structured process is in place for communicating with this group of customers on an ongoing basis, for instance through our Player Awareness System in retail.
- The Player Awareness System has been developed in partnership with the wider industry, coordinated via our membership of the Association of British Bookmakers, and allows retail customers to be more aware of how they are playing, to reflect on their behaviour and to modify it accordingly.
- Take a Break allows its customers to choose when and how long they take a break from wagering.
- The impact of the campaign on awareness and utilisation of the product was immediate, with almost five times the amount of customers taking short term breaks in November, than in September and October combined.
- We have a range of controls to ensure customers stay in control, one of which is our self-exclusion function.
- Customers can take a short break for a period of between 1 and 30 days.
- Online customers are also offered self-exclusion timelines of 6 months, 1 year, 3 years, 5 years or life.
- Customers can request self-exclusion by either contacting Paddy Power Customer Services or through the self-serve option on the Paddy Power website.
- Retail customers are offered a self-exclusion period of a minimum of six months and a maximum of 1 year across up to five of our shops.
- This means they can elect to self-exclude from, for example, shops nearest to their home, their work and where they typically socialise.
- This means a customer can elect to self-exclude from a number of shops, including other operators, in a given area and not have to replicate the self-exclusion process in multiple shops.
- In online, we use age verification software to carry out electronic checks when a customer creates a new account.

Träning - fem meningar

- Since then, GamCare has become a key partner in our responsible gambling strategy, ensuring our website is certified annually and that training received by our customer-facing employees meets their standard.
- Retail and customer service staff are trained to identify customers displaying indicators of problem gambling and to perform a responsible gambling interaction with the customer if required.
- For all new Paddy Power employees, 10% of induction training is dedicated to responsible gambling awareness.
- For customer-facing staff there is a more detailed training module on responsible gambling and how to offer help and support to any customer experiencing issues with gambling, which includes GamCare certified training.
- This training is regularly audited to ensure customer-facing staff are up to date on our responsible gambling policies and are applying them.

PaddyPower Betfair Group PLC 2014

Ansvarstagande - 14 meningar

- But it's also our job to provide customers with the tools they need to manage the time and money they spend with us and to provide support to those customers who indicate that they may have a problem with their gambling.
- This means a long term investment in our responsible gambling policies and controls. In all we invested over €800,000 in research, new and improved controls, training and other measures designed to position Paddy Power as a leader in responsible gambling.
- In fact we've worked hard over the years to find the right partner organisations, develop the right tools and deliver the right employee training to help all of our customers continue to enjoy their experience of betting and gaming with us.
- So in 2014, teams from all our markets got together and focused on how we could enhance our group wide approach to responsible gambling and ensure that our policies and practices continued to be industry leading.
- We also completed a ground-breaking piece of academic research designed to help us improve our understanding of individual player behaviour and how best to interact with our customers and provide them with the right guidance at the right time.
- Our aim is to provide our customers with the information and the tools they need to manage the time and money they spend with Paddy Power.
- Our aim is to provide our customers with the information and the tools they need to manage the time and money they spend with Paddy Power
- In 2014, we launched an update to these features to improve their accessibility and encourage customers to consider limit setting as part of their usual gameplay with Paddy Power.
- We are also working across the industry to improve both retail and online approaches to self-exclusion.
- We started as we mean to go on, introducing in October a voluntary TV advertising ban on all sign-up offers for new customers before 9pm, withdrawing all advertising of gaming machines in our UK betting shop windows and committing 20% of shop window advertising to responsible gambling messages.
- From January 2015 a bold new advertising strapline appeared on all print, TV and online advertising.
- The new When the Fun Stops, Stop strapline also formed part of a major new Senet TV advertising campaign that was launched at the end of January 2015.
- But we go beyond that – we also work closely with age verification software providers to help develop new and better ways of verifying age as the range of payment methods increases.
- We operate a strict 'Think 21' policy in all our shops.

Spelproblem - en mening

- In 2014, we commissioned a ground-breaking piece of academic research from Jeff Derevensky a highly respected academic at McGill University, Canada, to help us better identify and support players who present behaviours associated with people who may have a problem with their gambling. The results of this research, delivered in September 2014, is supporting our policy and process developments in identifying players who may be at risk.

Verktyg - sju meningar

- We have introduced new limit setting functionality online and increased the prominence of responsible gambling messages across all our channels.
- Features include providing online customers with the ability to set limits on the value and frequency of deposits to their account.
- On our UK retail gaming machines from March 2014, we gave customers the ability to set monetary and time limits on their sessions.
- This included pop up messages reminding them of how much they have spent and how long they have been on a machine, with a clear 'time out' period to reflect on their gaming machine activity.

- In January 2015, we updated this feature so that all customers have to decide whether to set a limit or not, as we believe this will mean that more of them stay in control of their gambling.
- In 2014, we launched responsible gambling microsites across all of our online markets. These information portals provide access to self-assessment questionnaires, information on the various forms of treatment available, relevant contact information, and advice on software to block access to gambling sites.
- Online, we use age verification software to carry out electronic checks whenever a potential customer is proposing to use a payment method that might be available to someone under 18.

Träning - sju meningar

- Employees in our betting shops are trained to be vigilant, to refuse bets from anyone underage, and, when in doubt, to ask for reliable proof of age.
- We also hire third-party 'mystery shoppers' who pose as underage customers to make sure our staff are vetting customers properly.
- This level of discipline yields results and we are proud to report some of the highest figures for age verification testing in the industry.
- For all new Paddy Power employees, 10% of induction training is dedicated to responsible gambling awareness.
- We also include information about our responsible gambling strategy in job descriptions and it features prominently on our PLC and recruitment websites.
- For customer facing staff there is a more detailed training module on responsible gambling and how to offer help and support to any customer experiencing issues with gambling, which includes GamCare certified training.
- This training is regularly audited to ensure customer facing staff are up to date on our responsible gambling policies and are applying them.

PaddyPower Betfair Group PLC 2013

Ansvarstagande - 16 meningar

- Our approach to responsible gambling is focused on working directly with customers and expert partners to help us understand the issues involved. These include, for example, the Responsible Gambling Trust, Gamble Aware, GamCare, and the Dunlewey Centre.
- We also work with industry bodies like the Association of British Bookmakers in the UK and the Australian Wagering Council to develop a cohesive approach to responsible gambling measures and cross sector adherence to associated codes of conduct.
- GamCare is a leading authority on the provision of information, advice and practical help to promote responsible gambling, and helps us to protect our customers.
- GamCare also audits our websites and mobile applications annually from a Responsible Gambling perspective, and provides certification that both are of a high standard.
- We also display information about GamCare in all of our shops. The comprehensive information we provide our customers with problem gambling described above is available in the responsible gambling section of all our websites, with a link to this section included on every page of the site and in the footer of every welcome email to customers.
- We now also work closely with Gambling Therapy who provide international support to customers seeking help or advice.
- Their support website provides customers with an array of options and contact methods in line with our own customer contact methods (live chat, phone, email and online forums).
- It is illegal for anyone under the age of 18 to bet, and we have multiple measures in place to prevent underage play. But we go beyond that – we also work closely with age verification software providers to help develop new and better ways of verifying age as the range of payment methods increases.

- We also advise our online customers to install web-filtering software if they share their computer with anyone underage.
- We operate a strict 'think 21' policy in all our shops.
- In addition, we have strict processes in place to ensure that any customer who wishes to go further and exclude themselves completely from transactions with us can do so.
- Working with the industry Major developments in 2013 include working closely with the UK Association of British Bookmakers (ABB) to draw up the 'Code for responsible gambling and player protection in Licensed Betting Offices'.
- - our staff are encouraged to walk the shop floor and implement the 'Think 21' policy.
- In our Australian business, Sportsbet, we have adopted a number of responsible gambling measures designed to support customers including voluntary pre-commitment and self-exclusion, while the Sportsbet responsible gambling site includes contact details for 24/7 counselling services, information and support.
- In Ireland Paddy Power is part of a group spearheading efforts to establish a new cross sector not-for-profit organisation comprising representatives from the whole gambling sector and designed to enhance existing responsible gambling measures adopted by the industry.
- In addition it will levy the industry to contribute to a fund that will be used to support addiction counselling, commission research into gambling addiction and support education and awareness programmes designed to promote responsible gambling.

Spelproblem - en mening

- The comprehensive information we provide our customers with problem gambling described above is available in the responsible gambling section of all our websites, with a link to this section included on every page of the site and in the footer of every welcome email to customers.

Verktyg - tio meningar

- Important developments in 2013 included the launch of our new Responsible Gambling micro-site which covers all of our geographies.
- Our plans for the microsite are that it becomes a key hub for best practice on responsible gambling together with signposting to information and advice for our customers.
- Online we use age verification software to carry out electronic checks, if technologically possible, whenever a potential customer is proposing to use a payment method that might be available to someone under 18.
- We empower our customers to stay in control of their own gambling activity by enabling them to set limits on the value and frequency of deposits to their account.
- Customers have the ability to also close off a particular product channel.
- Our responsible gaming microsite provides customers with a budget calculator and diary to track their gambling spend and time using our products.
- We offer this self-exclusion option to our customers directly through our customer service agents and offer any customer who closes their account the option to close for responsible gambling reasons.
- Should the customer choose this option then we utilise bespoke technology to ensure that they do not re-open this account or create another account with us.
- - operators must maintain a central self-exclusion register; have processes to ensure staff implement self-exclusion properly; and have arrangements in place to exclude customers from other channels and remove them from marketing databases.
- - from 1 March 2014, in addition to mandatory reminders when the thresholds of £250 staked or 30 minutes of play have been reached, UK customers were able to set limits on the time and money spent during a session of play on a FOBT.

Träning - fem meningar

- All of our customer service agents are certified by GamCare and undergo annual GamCare training to ensure they offer the most professional service possible to those who might be suffering from a problem with gambling.
- In 2013 our Responsible Gaming training programme underwent an audit and was approved by GamCare.
- Employees in our betting shops are trained to be vigilant, to refuse bets from anyone underage, and, when in doubt, to ask for reliable proof of age.
- We also hire third-party 'mystery shoppers' who pose as underage customers to make sure our staff are vetting customers properly.
- - all of our shop staff must be trained to recognise problem gambling indicators and are encouraged to 'walk the shop floor' to promote relevant interaction with customers.

Bilaga 6 – Meningar William Hill PLC

William Hill PLC 2017

Ansvarstagande - 18 meningar

- Responsible gambling is an integral part of both our daily operations and our commitment to a sustainable business model.
- In 2017, we have continued to promote responsible gambling to our customers through enhanced tools and increased information.
- We evolved our ground breaking Multi Operator Self Exclusion Scheme, enabling customers to self-exclude from multiple betting shops at any given time.
- We have also enhanced our player behaviour algorithm to help us improve our tracking and prevention of problem gambling in both our Retail and Online divisions.
- We are focused on improving our approach to responsible gambling to build a long-term, sustainable business for all our stakeholders, and especially for any of our customers who are at risk from problem gambling.
- We are committed to conducting our operations in a manner that is consistent with the three licensing objectives set by the UK Gambling Commission:
- We don't just want to take necessary steps to protect our customers, we want to develop innovative measures to increase understanding of gambling-related harm and how to prevent it.
- One example is the pilot programme we completed and evaluated in 2017 with Betknowmore, an innovative problem gambling support service based in North London. The Betknowmore service provides holistic support for gamblers, seeking to address not only their problems with gambling but also the underlying issues and other impacts from problem gambling such as debt, relationship breakdown or housing problems. Almost 100 customers were helped by the service; many required only brief intervention support but, for those with more serious problems, the vast majority considerably improved their ability to successfully manage their gambling behaviour.
- Further development and research over the course of 2017 has allowed us to focus the algorithm on problem gambling player characteristics and improve the accuracy of the model, allowing us to carry out more interventions with customers.
- Analysis of the changes in player behaviour in response to the alerts has allowed us to identify ways to improve how the alerts work and when they occur, so they can have the maximum impact for the player, and these have been trialled during 2017.
- We are therefore dedicated to implementing preventative and supportive measures to ensure all our customers gamble in a responsible way.
- At William Hill we are committed to working closely with other operators, using the scheme to help make sure customers continue to get the most out of the scheme.
- Improvements are planned for 2018 to allow the service to operate longer out of hours and at weekends.
- We also continue to invest in improving self-exclusion for our customers in shop. These test results show that ID is requested 85% of the time, and we want to keep improving that record.
- In 2017 we signed a Primary Partnership agreement with Reading Council to help review and improve our policies and procedures, and worked with Westminster Council to carry out under 18s test purchase visits to learn where improvements could be made.
- Making sure that our promotional offers are clear and easy to understand, with customers able to make informed decisions, is of the utmost importance to us.
- We have a clear process for customers to make and escalate complaints.
- Every effort is made to resolve complaints at the earliest opportunity.

Spelproblem - tre meningar

- We want to take ownership of problem gambling, understanding it and actively contributing to the wider engagement on research, education and treatment.
- We want to do more to help ‘at risk’ customers to stop problems developing.
- However, we recognise that, for a small number, gambling can become a problem.

Verktyg - tio meningar

- At William Hill we have had our own player protection algorithm in place since 2015.
- The ability to set time and spend limits on machines before starting to play, combined with mandatory reminders and breaks in play for every £150 or 20 minutes on the machine, is unique to betting shop machines.
- New pop-ups were trialled in three areas across all ABB member shops, in response to player behaviour identified as problematic by independent research, such as chasing losses and chaotic behaviour.
- Independent evaluation of these measures has shown that they are of value and updates to gaming machines across our estate are planned once further refinements recommended in the report have been made.
- Self-exclusion is an important tool for our customers when they feel their gambling is causing them harm and who want to take back control.
- The Multi Operator Self Exclusion Scheme, in operation since April 2016, continues to offer customers a quick and easy way to self-exclude from one or several operators at once.
- An independent evaluation published in 2017 has shown that 83% of customers believe the scheme has helped them control their gambling.
- Importantly, this improved technology will also help shop colleagues access the images of self-excluded customers in shop and better support them by identifying customers who may attempt to breach their agreement.
- Number of self-exclusions – Retail 9881 Number of self-exclusions – Online and Telephone 29191
- Since October 2015 we have provided automatic and short-term self- exclusion systems for Online customers

Träning - fyra meningar

- All our shops operate a ‘Think 21’ policy, and as well as receiving regular training, shop teams are assessed using independent testers aged below 21 to make sure ID is being requested.
- Total number of training days Value of training investment 25,062 hours 1344900 pund
- Our business is made more sustainable by attracting and retaining engaged employees. We encourage this by investing in our people.
- We have continued to improve responsible gambling interactions, supported by training for colleagues to identify patterns of potentially harmful behaviour.

William Hill PLC 2016

Ansvarstagande - elva meningar

- Responsible gambling remains a key priority.
- We want our customers to gamble safely and responsibly, and we recognise our role in encouraging and enabling them in this.
- We have introduced a range of measures to give customers the tools and the information to make an informed decision about their gambling habits.
- We continue to evolve our responsible gambling approach.
- – introducing a voluntary TV advertising ban on sign-up offers (free bets and free money) before 9 pm;
- – withdrawing all advertising of gaming machines from betting shop windows and committed 20% of shop window advertising to responsible gambling messages;

- – funding a major new advertising campaign to educate people on responsible gambling – ‘When the fun stops, stop’ – and using more prominent responsible gambling messages on all advertising;
- – increasing exposure to responsible gambling messaging on gaming machines, through audio transmissions and in-shop gantry;
- – holding responsible gambling interactions with individuals who exhibit harmful behaviour; and
- – using identified markers of harm to develop an approach using behavioural analytics to identify problematic customers who can then be approached by colleagues.
- Gambling is an age-restricted product and we take every effort to ensure that people under the age of 18 do not get access to our products.

Spelproblem - en mening

- The latest problem gambling evidence has consistently shown that the levels of problem gambling remain low and that there is no causal link between particular gambling products and problem gambling levels.

Verktyg - sex meningar

- – introducing the ability to set loss and time limits on gaming machines, as well providing mandatory warnings;
- – when a customer wins £50 or more, giving them the option to cash out;
- We also have leading age verification measures in place online.
- In 2016 we carried out over 1.3 million age verification checks and the effectiveness of our age verification checks is independently reviewed on a regular basis.
- Number of self-exclusions Retail 9,687 Number of self-exclusions Online and Telephone 23,886
- Since October 2015 we have provided automatic and short-term self-exclusion systems for Online customers.

Träning - sex meningar

- We continue to have rigorous training programmes in place for our colleagues to ensure that we remain compliant as a business and consistent with our principles under the licensing objectives.
- We train our colleagues in responsible gambling, security, and health safety requirements and delivered 135,029 hours of training to our colleagues during the year.
- We operate a strict ‘Think 21’ policy and regular training for colleagues.
- Total number of training days Value of training investment 24,559 hours 1019400 pund
- Our business is made more sustainable by attracting and retaining engaged employees. We encourage this by offering clear career progression and development opportunities.
- We have continued to improve responsible gambling interactions, supported by training for colleagues to identify patterns of harmful behaviour.

William Hill PLC 2015

Ansvarstagande - 15 meningar

- At the same time, we continue to work on improving the tools we provide to customers.
- In Glasgow and Chatham we have undertaken pilot schemes to extend self-exclusion across operators, taking the best practices we have developed and collaborating with the industry to develop a national scheme to meet the Gambling Commission’s target date of April 2016.
- Responsible gambling remains a key priority for us.
- However, we recognise the level of public concern around gaming machines and have, therefore, not only ensured that we are fully compliant with the Gambling Commission’s Licensing Conditions and Codes of Practice but also implemented further responsible gambling measures, including the Codes adopted by the Association of British Bookmakers and the Senet Group.

- Using the data collated from account-based play, the RGT research and in-house developed algorithms, it is increasingly possible to identify customers displaying patterns of harmful behaviour. This enables us to interact with both Retail and Online customers at an earlier stage.
- As part of the monitoring process, we cross-reference against marketing campaign activity and remove all players who are currently under review.
- In addition, we also review other session play across the Retail estate to identify customers who may be at risk and enable responsible gambling interactions by the shop team.
- We are continuing to assess and enhance the effectiveness of these measures, including identifying the optimum channels for communication and the impact of multi-phase messaging.
- Our Group Compliance Committee has published a Group Compliance Policy, which is available on our corporate website
- We monitor and regularly measure our customer service levels to ensure that we are delivering a good quality service to customers.
- However, we are not complacent and, as outlined on pages 18 and 19, we have undertaken a number of important changes in 2015 and continue to do so, further building on our existing measures to help customers gamble responsibly.
- This includes a national self-exclusion trial, using data to identify possible harmful patterns of play, training our colleagues to engage with customers, mandatory ‘Set Your Limit’ interactions, and enhanced ‘Know Your Customer’ and age verification processes for Online.
- Our omni-channel approach means these responsible gambling controls apply across both Retail and Online.
- Our age verification measures are very robust to ensure that under 18s do not gamble with us.
- Third-party testing of our ‘Think 21’ approach in the LBOs led to successful challenges in 85% of cases, with 74% of challenges occurring upon first entry into the shop. This places us well among other retail peers and among the very highest performing age verification industries, including those selling alcohol on the high street.

Spelproblem - en mening

- Research shows that any gambling product has the capacity to cause harm to a minority of customers.

Verktyg - 14 meningar

- Having introduced ‘Set Your Limits’ on machines in 2014, we took this tool a step further by requiring customers to make an active choice on whether to set limits before play as from January 2015.
- In Online, our new ‘gambling controls hub’ provides easy access to responsible gambling information and tools.
- This includes automatic self-exclusion, enabling customers to request immediate self-exclusion without having to contact customer services.
- A ‘time out’ can also be requested via customer services for a short-term account closure and customers can now set weekly and monthly deposit limits within their accounts, in addition to the daily deposit limits previously offered at registration.
- In April 2015, we implemented ‘the £50 journey’, which requires customers staking over £50 on a gaming machine to do so via account-based play using our Linked card or by staking OTC.
- When a customer is logged in using their Linked card, their play is ‘scored’ on a daily basis using the algorithm.
- This covers all levels of staking, recognising that problems occur across all staking levels, and tracks behavioural change.
- Online similarly operates daily, weekly and monthly control reports to highlight at risk customers.
- – enabling gaming machine customers to set limits on their time and spend;
- – enabling Online customers to set daily, weekly and monthly deposit limits and to restrict the products on which they play;
- – facilitating self-exclusion;

- – encouraging customer staking over £50 on a gaming machine to be transacted via account-based play or after gaining authorisation from LBO staff;
- – applying risk-based customer due diligence; and
- – conducting responsible gambling interactions with ‘at risk’ customers by trained staff.

Träning - tre meningar

- During the year, we implemented new responsible gambling training for Retail employees.
- This incorporates an understanding of the markers of harm, how to approach a customer who exhibits any of them and the tools that are available to them.
- We invested £2m on this training.

William Hill PLC 2014

Ansvarstagande - tolv meningar

- In December 2014, the Responsible Gambling Trust (RGT) reported on the results of a ground-breaking, independent research programme into gaming machines in LBOs that showed it is possible to distinguish between problem and non-problem gambling behaviour. The research has the potential to inform the industry’s approach to minimising gambling-related harm. William Hill, along with the other major LBO operators, provided extensive data to support the research.
- The Code for Responsible Gambling was produced by the Association of British Bookmakers (ABB), which represents operators of around 80% of LBOs in Britain, including William Hill, the other major three operators and around 100 independent bookmakers.
- Providing customers with new tools such as time- and money-based reminders, the ability to set spend and time limits on gaming machines and to request machine session data.
- Undertaking more consistent central analysis of data to identify abnormal activity both in specific shops and, where possible, relating to individual customers.
- However, we are not complacent and, as outlined above, have undertaken a number of important changes to help customers gamble responsibly.
- Now, we are working closely with the rest of the industry to identify ways to increase the effectiveness of self-exclusion even further.
- We also focus heavily on ensuring that under 18s do not gamble with William Hill.
- In Retail, we apply a ‘Think 21’ approach and use an independent third party to test the effectiveness of our approach.
- Having changed our testing methodology in 2012, we have been measuring colleagues’ challenging of customers at different stages of their customer journey, from entering the door to approaching the counter or attempting to use a gaming machine.
- We delivered another year of very strong results in 2014, with successful challenges occurring in 85% of cases and 71% of challenges occurring upon entry. This places us among the very highest performing age verification industries, including those selling alcohol on the high street.
- When a new Online or Telephone customer opens and deposits into an account, we go through a series of age verification procedures, including using external agencies.
- We monitor and regularly measure our customer service levels to ensure that we are delivering a good quality service to customers.

Spelproblem - tre meningar

- Problem gambling is found at all staking levels and across all socio-economic groups
- Problem gamblers use multiple products
- As described above, the levels of problem gambling across the UK are stable or may even be slightly declining. These levels are also low by international standards.

Verktyg - elva meningar

- In January 2015, we extended our ‘Set Your Limits’ tool to require all gaming machine customers to decide whether or not to set their own limits before the start of a session.
- Those who do not impose a limit are restricted by hard limits at the end of 30 minutes’ play or spend of £250.
- When the voluntary or mandatory limits are reached, a pop-up window appears on the screen for 30 seconds containing responsible gambling messages.
- This is intended to break concentration and force an active decision from the customer on whether or not to continue playing.
- During 2014, we undertook 4,100 responsible gambling interactions a month in the LBOs, an increase of 17% over 2013.
- However, the number of self-exclusions increased at a slower rate, by only 14% to 7,736, which we believe indicates that the extensive efforts we had previously made to improve our self-exclusion systems were already working well.
- Currently, William Hill customers self-exclude for 12 months at a time and are required to provide an up-to-date photograph for each 12-month period to make the system effective.
- A self-excluded customer has a 24- hour cooling off period whenever they ask to return to the shop.
- Issuing clearer and more accessible information on how to gamble responsibly and highlighting the sources of help available.
- For many years we have provided self-exclusion systems in the betting shops and for Online and Telephone customers.
- We have continually improved these measures, including requiring Retail customers to self-exclude for 12 months at a time, with the ability to renew for a further year by phone, and to provide a recent photograph when they renew so that we can more effectively recognise them when they come into our shops.

Träning - en mening

- Training staff to detect the signs of potential problem gambling more quickly and how to interact more effectively with those identified.

William Hill PLC 2013

Ansvarstagande - elva meningar

- We have put measures in place to encourage customers to gamble responsibly and to provide them with tools to help control their gambling.
- Since 2011, when we reviewed and revised our approach in the shops, we have required customers who want to take advantage of this facility to self-exclude for a fixed one-year term and to provide a photograph so that we can share the information with other William Hill betting shops likely to be used by that customer.
- The number of self-exclusions did not materially change in spite of the fact that we have substantially increased our level of interactions with customers in the shops.
- We are also reviewing our processes within Online to identify ways to add usefully to the existing tools, which already include enabling customers to set their own deposit limits.
- Preventing underage gambling Betting shops are an ‘over 18’ environment and we have continued to make good progress with our ‘Think 21’ age verification programme to ensure our customers are over the age of 18.
- We use an independent third party to test the effectiveness of our approach.
- Our Retail colleagues are consistently recording around 2,000 responsible gambling interactions with customers a month.
- The key change during 2013/2014 has been the development and implementation of the industry’s own voluntary code of practice, the Association of British Bookmakers’ Code for Responsible Gambling

and Player Protection in Licensed Betting Offices in Great Britain, which William Hill took a lead to develop with the industry body.

- – providing customers with new tools such as mandatory time- and money-based reminders, and the ability to set spend and time limits on gaming machines and request machine session data;
- – undertaking more consistent central analysis of data to identify abnormal activity both in specific shops and, where possible, that relating to individual customers.
- We expect these measures to have a positive influence on responsible gambling.

Spelproblem - en mening

- There is no evidence that any single product is a cause of problem gambling.

Verktyg - fem meningar

- For many years now, we have provided self-exclusion systems in the betting shops and for Online and Telephone customers.
- We recorded 6,767 self-exclusions in Retail in 2013 and 17,915 in Online and Telephone.
- Since 2011, when we reviewed and revised our approach in the shops, we have required customers who want to take advantage of this facility to self-exclude for a fixed one-year term and to provide a photograph so that we can share the information with other William Hill betting shops likely to be used by that customer.
- We are also reviewing our processes within Online to identify ways to add usefully to the existing tools, which already include enabling customers to set their own deposit limits.
- – issuing clearer and more accessible information on how to gamble responsibly and highlighting the sources of help available

Intern träning - fyra meningar

- We undertook a further extensive colleague training programme in 2013 to help them manage such potentially confrontational situations.
- – training staff to detect the signs of potential problem gambling more quickly and how to interact more effectively with those identified;
- Our business is sustainable as we attract and retain engaged employees. We offer a clear career progression and development opportunities.
- Total number of training days and Value of training investment: 28,145 hours, 785400 pund