

Varumärkesarbetet bygger på spelglädje

Svenska Spels varumärke är starkt och välkänt och får sin styrka från spelglädje, bolagets starka produktportfölj, spelarnas trygghet och säkerhet samt från det mångåriga partnerskapet med svensk idrott.

A

llmänhetens förtroende för Svenska Spel, dess varumärke och ansvarstagande är avgörande i en situation där konkurrenterna kan erbjuda liknande spelformer, ibland med mer gynnsamma förutsättningar än vad Svenska Spel har. Att kunna erbjuda

kunderna både roliga och trygga spel är något som bolaget strävar efter. Svenska Spels vision är att spel ska vara till glädje för alla!

Prisad marknadsföring och PR

Svenska Spel följer European Lotteries och Spelmarknadens Etiska Råds riktlinjer ("SPER:s Riktlinjer"), som utarbetats tillsammans med branschorganisationer i såväl Sverige som Europa.

I attitydundersökningar får Svenska Spels produkter Triss, Stryktipset och Lotto de högsta positiva värdena. Dessa populära spelformer är förenade med mindre risk för problemspelande.

Under 2011 vann en reklamkampanj för Triss två hedervärda Silverlejon vid reklamfilmfestivalen i Cannes i tuff internationell konkurrens. Cannes-festivalen är den mest prestigefyllda reklamtävlingen i världen. I Sverige nomi-

nerades reklamfilmerna för Lotto med rockgruppen Kiss i huvudrollen till den svenska reklambranschens främsta utmärkelse, Guldägget.

Även Svenska Spels PR-arbete (public relations) belönades, då journalister placerade bolaget på en tredje plats i PR-barometern, som årligen mäter journalisters samlade grad av belåtenhet med press- och PR-arbete.


Svenska Spels del av den totala reklamsatsningen inom spelbranschen (så kallad Share of voice) är enligt SIFO:s reklamätningar 22 procent 2011, medan utlandsbaserade internetbolag står för merparten av reklaminvesteringarna på den svenska spelmarknaden, 49 procent. Svenska Spel värnar om sin position som marknadsledare genom effektiv men ansvarsfull marknadsföring.

All reklam från Svenska Spel är försedd med en märkning med budskapet: Spela lagom.

Lyckliga vinnare

Svenska Spel strävar efter att spel ska vara till glädje för alla. Ofta är spel socialt, något som man roar sig med tillsammans med andra. För en majoritet av kunderna är chansen till en storvinst den största drivkraften bakom spelandet. Varje vecka publiceras positiva nyheter i massmedia om Svenska Spel – och då handlar det oftast om just dem som lyckas



A photograph of a woman with long dark hair, wearing a white top and a denim jacket, sitting at a table. She has a wide-eyed, open-mouthed expression of surprise. A man in a dark suit and light blue shirt stands next to her, his hand on her shoulder, looking at her with a smile. The background is a studio set with a large silver star and some plants.

Vårdaren Ingrid Petersén från Härnösand blev överlycklig när hon vann 5 miljoner kronor på Triss. Vinsten delade hon med två arbetskamrater. Skrapet direktsändes i TV4:s Nyhetsmorgon i maj 2011.

Svenska Spels tio högsta vinster

- | | | |
|----|----------------|---------------------------------|
| 1 | 214 595 981 kr | Helsingborg, 27 mars 2010 |
| 2 | 134 703 155 kr | Saltsjöbaden, 7 maj 2008 |
| 3 | 134 097 732 kr | Storebro, 18 januari 2012 |
| 4 | 123 900 556 kr | Helsingborg, 19 februari 2011 |
| 5 | 122 860 699 kr | Visby, 8 oktober 2005 |
| 6 | 110 551 909 kr | Helsingborg, 27 december 2008 |
| 7 | 105 315 432 kr | Borås, 18 juni 2011 |
| 8 | 103 044 299 kr | Vikmanshyttan, 20 november 2010 |
| 9 | 101 798 290 kr | Katrineholm, 25 april 2007 |
| 10 | 100 000 000 kr | Karlstad, 30 juli 2008 |

Samtliga Drömvinsten (Lotto/Joker)



Svenska Spels partnerskap med idrotten resulterar i flera värdefulla satsningar, bland andra:

- Tipselit, som startades 1992, är ett samarbetsprojekt mellan Föreningen Svensk Elitfotboll, Elitföreningen Damfotboll och Svenska Spel med syfte att utveckla svensk elitfotboll. Tipselit är en målmedveten satsning på unga talanger 14–19 år, föreningar och ledare.
- 2011 infördes ungdomsbonus för fotbollens Division 1-klubbar där de som använder flest ungdomar premieras. Sedan tidigare har fem lag i Superettan fått ungdomsbonus.
- Supporterlaget, ett framgångsrikt samarbete mellan Svensk Elitfotboll (SEF) och Svenska Spel för att främja en sund och positiv läktarkultur. En kampanj har under 2011 pågått på supporterlaget.se och på de allsvenska klubbarnas egna hemsidor. De personer som röstades fram av allmänheten erhöll diplom i samband med SVT:s Fotbollsgala i november 2011.
- 2011 visade storsponsorerna av svensk fotboll, det vill säga Svenska Spel, Swedbank, Ica och TV4 en enad front mot våldet och skandalerna på arenorna, som måste upphöra för att hindra svensk fotbolls varumärke från att förstöras. Projektet går ut på att stötta klubbarna ekonomiskt i deras arbete mot våldet.
- Svenska Spel delar årligen ut ett antal stipendier för att främja insatser inom idrott: Elitidrottsstipendiet, Sportjournaliststipendiet, Svenska Spels samhällspris, allFair-priset och Det svenska idrottsledarpriset. Ett urval stipendier får ta emot sina utmärkelser på SVT:s årliga Idrottsgala, ett evenemang som sponsras av Svenska Spel.
- "Susanne Erlandssons pokal" har instiftats av Svenska Spel och vandrar runt mellan de damlag i fotboll som vinner finalen av Svenska Cupen.
- F-17 serien är ett samarbete med Elitföreningen Damfotboll, som möjliggör för yngre spelare som inte tar en plats i A-laget att ändå få möta kvalificerat motstånd.
- Svenska Ishockeyförbundet och Svenska Spel satsar på tränar- och talangutveckling sedan tidigt 2000-tal.
- 2011 tecknade Svenska Spel ett rekordlångt avtal med svensk ishockey, som löper över 4 + 3 år och omfattar både bredd och elit.
- 2011 inledde Svenska Spel ett samarbete med ishockeylegendaren Peter "Foppa" Forsberg, som ska ingå bland annat i Svenska Spels Hockeyakademi, ett utbildningsprogram för ishockeytränare inom junior- och ungdomslag. Guldets för Sveriges "småkronor" i juniorvärldsmästerskapet i ishockey tyder på att Svenska Spels ungdomssatsningar ger bra resultat.

förverkliga drömmen, storsvinnarna. Vinsterna och vinnarna är en väsentlig del av bolagets varumärke och image. Svenska Spel ringer upp dem som vunnit 100 000 kronor och däröver för att informera om vinsten och gratulera, samtal som medför så mycket glädje och som betyder så mycket för de flesta vinnarna.

Under 2011 betalade Svenska Spel (exklusive Casino Cosmopol) sammanlagt ut vinster till ett värde av 12 596 681 134 kronor (12 126 820 465). Av vinsterna uppgick 350 stycken (347) till en miljon eller mer.

Oddset Bomben gav den största vinsten någonsin då ett odds på 2 660 634 gav motsvarande summa i kronor till några kunder i Borås som hade det enda spelkvittot med alla rätt.

Lördagen den 12 november 2011 går till historien som den dag då Sveriges största tipsvinst gick ut. En kund i Malmö satsade 64 kronor på Stryktipset, var ensam om 13 rätt och vann 20 miljoner kronor.

Den medialt mest uppmärksammade vinnaren 2011 var en man som hade dubbel tur. Han skrapade fram tre TV-rutor på två Triss inom loppet av tre dagar. I direktsändning i TV4:s Nyhetsmorgon vann han sammanlagt 2,1 miljoner kronor. Aldrig tidigare har en vinnare fått skrapa två lotter samtidigt i programmet.

De allra gladaste vinnarna 2011 var nog ändå de som prickade in Drömvinsten (7 rätt på Lotto och minst 2 rätt på Joker på samma spelkvitto). Den ena var från Helsingborg och vann 123 900 556 kronor, årets största vinst och den fjärde högsta vinsten genom tiderna. Den andra, från Borås, fick en utdelning på 105 315 432 kronor och en sjundeplats på Svenska Spels tio-i-topp-lista över vinstutbetalningar.

Blomstrande partnerskap med idrotten

Svenska Spel förknippas ofta med idrott, vilket är en viktig orsak till de positiva attityder många har till bolaget. Bolaget satsar på både breddverksamheter och rena elitsatsningar och idrotten ger mycket värdefullt tillbaka i form av exponering av varumärket Svenska Spel och goodwill.



Svenska Spel är huvudsponsor för de största förbunden: Fotboll, ishockey, handboll, bandy och innebandy. Genom ett samarbetsavtal mellan Svenska Spel och Riksidrottsförbundet 2009–2011 har både ledare och aktiva utbildats för att på så sätt skapa opinion om sunda värderingar inom idrotten.

Idrotten tillhandahåller ett stort utbud av spelobjekt på sportspelen. Framför allt är det Elitserien i ishockey och Allsvenskan i fotboll som alltid lockar till mycket spel. Vid VM, EM och SM-slutspel är intresset från sportspelarna som högst. Under 2011 var det handbolls-VM (både herr och dam) och fotbolls-VM för damer som särskilt lockade sportspelarnas intresse. Herrarnas EM-kvalmatcher i fotboll, i synnerhet matchen Sverige–Holland som gav det svenska landslaget en biljett till fotbolls-EM 2012, var också höjdpunkter för sportspelarna. ■