

---

## Samfunnsoppdraget

# Et spilltilbud kundene vil ha



I 2022 spilte 2 136 003 nordmenn ett eller flere pengespill hos Norsk Tipping, 44 000 flere enn året før. I tillegg kommer inntil et par hundre tusen som kun spiller Flax uten å være registrerte kunder. Aldri før har så mange spilt pengespill hos Norsk Tipping i løpet av et år.



Gjennom ny lovgivning og nye verktøy lykkes norske myndigheter bedre med å beskytte enerettsmodellen mot ulovlig konkurranse. Det bidrar til at stadig flere av de spilleinteresserte kundene spiller innenfor et solid rammeverk av ansvarlighet hos

Norsk Tipping, akkurat slik hensikten med reguleringen er. Likevel - uten produkter og tjenester som spillerne ønsker å benytte, hjelper det lite hvor god beskyttelse rammeverket gir. Utvikling av attraktive produkter er derfor en grunnleggende forutsetning for at Norsk Tipping lykkes.

Vi ser at vi har kanalisert en større andel av de yngre spillerne. En større andel av befolkningen mellom 18 og 40 er kunder av Norsk Tipping i 2022 enn i 2021. Dette handler altså ikke om å få flest mulig unge til å spille pengespill, men å bidra til at flest mulig av de som ønsker å spille oppfatter at Norsk Tipping har et relevant og tilfredsstillende tilbud.

## Gode kundeopplevelser

Gode kundeopplevelser er begrepet som beskriver totalinntrykket vi ønsker at kundene har i møte med Norsk Tipping. Vi deler begrepet kundeopplevelse i fem nøkkelområder hvor det er viktig for oss å lykkes:

**Spilltilbud:** Produktene og tjenestene vi tilbyr

**Tilgjengelighet:** Hvor og hvordan vi gjør produktene og tjenestene tilgjengelig

**Brukervennlighet:** Hvor enkle, effektive og intuitive kundereisene våre er

**Spillopplevelse:** Underholdningsverdien som skapes og som gir merverdi for kunden

**Kommunikasjon:** Hvordan og hvor vi kommuniserer med kundene.

Vi jobber systematisk med å forbedre alle disse områdene, og her er noen av de viktigste nyhetene fra året som gikk.

# Spilltilbud

## Lotteri

Eurojackpot ble utvidet med en ekstra trekningsdag. Spillet har nå trekning hver tirsdag og fredag. Potten i Eurojackpot nådde taket på 1,2 mrd. for første gang, og spillet har satt kunderekord. I løpet av året har potten nådd taket flere ganger, men ingen norsk spiller har foreløpig innkassert så mye penger.

I 2022 vant til sammen 122 norske spillere en million kroner eller mer i Eurojackpot. På topp ligger en kvinne som vant 436 millioner kroner i uke 11. Den norske premierekorden i Eurojackpot er fortsatt ca. 485 millioner kroner, som ble vunnet i 2020.

Vi har innført abonnementsløsning for Joker i 2022.

## Sport

### **Fotball-VM**

Norsk Tippings tilbud under fotball-VM i Qatar ble godt mottatt av kundene.

Det gode tilbudet fikk seg en skjønnhetsflekk under finalen, da tekniske problemer hos en av våre leverandører gjorde at kundene ikke fikk spilt i andre halvdel av VM-finalen.

I forkant av mesterskapet gikk det en intens offentlig debatt om boikott av mesterskapet. Oppfatningen av at Qatar brukte fotball-VM som arena for sportsvasking ble styrket av rapporter om manglende rettigheter for arbeiderne som bygget VM-anleggene og om gjentatte brudd på menneskerettigheter i landet.

Norsk Tipping var tydelig på at det ikke var aktuelt for oss å boikotte mesterskapet, siden det ville være i strid med samfunnsoppdraget.

### **Fantasy**

Etter en prøveperiode ble Fantasy offisielt lansert til starten av Premier League.

Fantasy handler om å være best til å sette sammen det beste fotballaget, med utgangspunkt i reelle kamper og spillere.

## Øyeblikkspill

### **Flax**

En ny type Flax adventskalender i tillegg til de to som har vært i handelen lenge, har bidratt til ny salgsrekord for juleproduktene. Med tanke på at fysisk Flax har mistet mange utsalgssteder de siste årene, er dette gode resultater. Ny returmöglichkeit for usolgte Flax-produkter sørget for bedre tilgjengelighet for Flax-kalenderne. Det har gitt gode resultater.

Flax selges både digitalt og som fysiske lodd i butikken. Den fysiske andelen er fortsatt størst, men forskjellen er ikke stor. I 2022 solgte vi fysiske lodd for 1 045 millioner kroner og digitale lodd for 911 millioner kroner.

### **Yezz!**

Enkle spill på nettet basert på tilfeldig trekning, men som også kan ha elementer av ferdighet. Spillene skal være underholdende og er mindre knyttet til risiko for utvikling av spilleproblemer enn tradisjonelle kasinospill på nettet.

Både lotterispillere og de mer høyinvolverte spillerne finner attraktive spill som gir avveksling og underholdning i Yezz!-kategorien. Nye spill fra vårt internasjonale samarbeid, Leia, har bidratt til vekst, og vi har fått enda mer varierte spilltyper. Yezz! har vokst i antall spillere og omsetning på mellom over 40 prosent siden 2021, som var første hele år for denne kategorien.

## Kasinospill

Spilltilbudet skal beholde attraktiviteten, slik at produktene er et reelt alternativ for de som ønsker å spille kasinospill. Samtidig er det et tydelig mål å rekruttere så få som mulig av lotterispillere som ikke selv aktivt oppsøker kasinospill. Det har fått konsekvenser for tilgjengeligheten av kasinospillene, samtidig som vi må passe på at spillene er attraktive nok.

KongKasino-kategorien har lansert færre nye spill i 2022 enn 2021. Vi har likevel sikret kanaliseringkraften ved å tilby utvalgte spilltitler fra en ny leverandør (Pragmatic Play) og utviklet og lansert flere bordspill som er unike for Norsk Tipping. Dette er spill som har vesentlig lavere trekningshastighet enn tradisjonelle hjulspill.

Vi har tilpasset oss den nye pengespillforskriften i god tid før den trådte i kraft. Det betyr en vesentlig nedjustering av maks jackpot-beløp - fra 12 millioner kroner i januar 2022 til 3,3 millioner kroner i desember 2022.

---

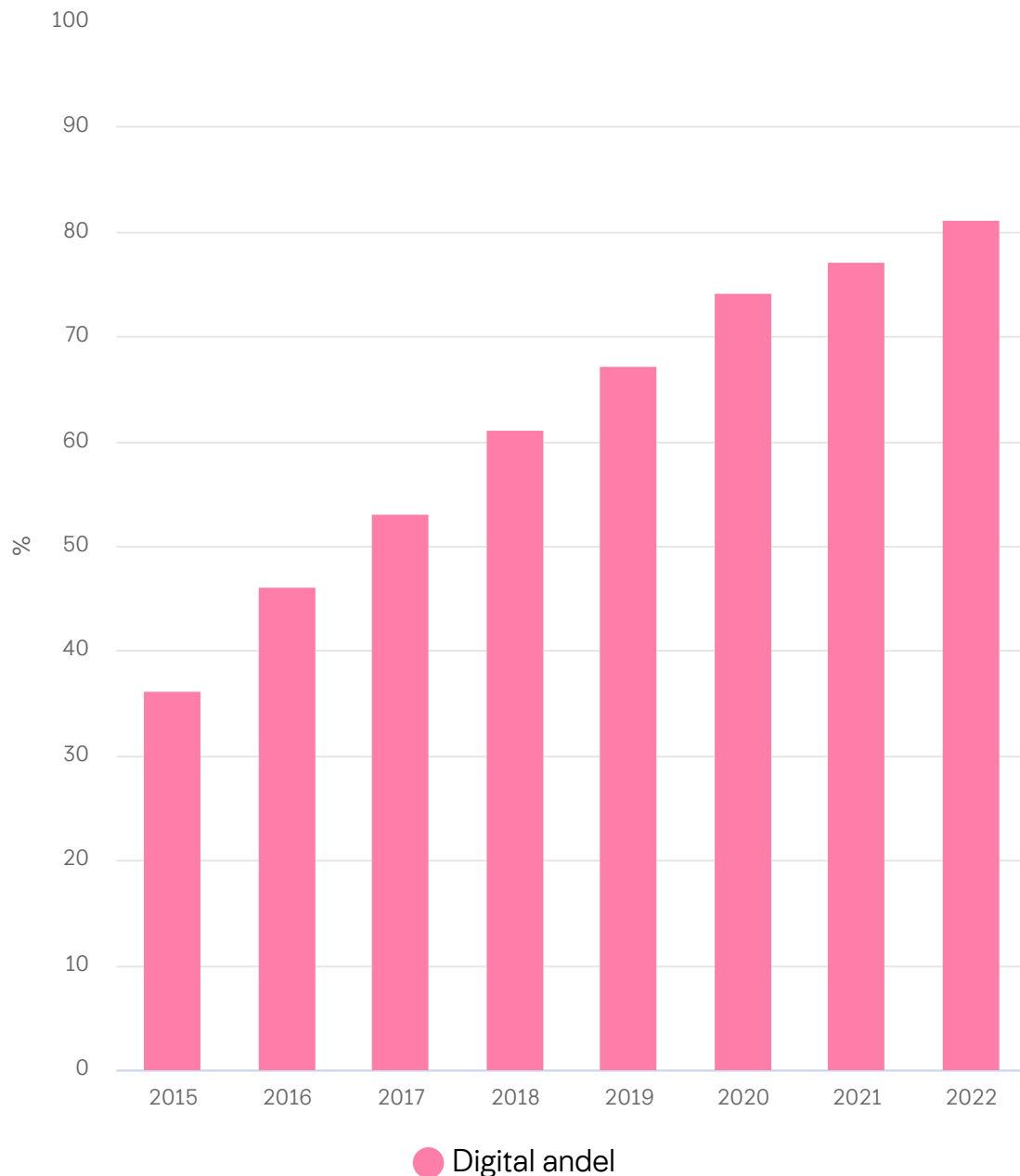
*Stadig flere kunder kjøper spillene digitalt - hele 81 prosent i 2022, mot 77 i 2021.*

---

# Tilgjengelighet

Salget over digitale kanaler har vokst kraftig de siste årene - rekordhøye 74 prosent av omsetningen i 2022 var digital. Stadig flere kunder kjøper spillene digitalt - hele 81 prosent i 2022, mot 77 i 2021.

## Digital kundeandel



Kunde- og omsetningsnedgangen i fysisk handel har fått konsekvenser for kommisjonærene. Det ligger ikke lenger et like stort inntjeningspotensial i det å være

kommisjonær. Tvert imot opplever vi at enkeltbutikker avvikler sitt kommisjonærverv, og færre enn før søker om å bli kommisjonær for Norsk Tipping. Utviklingen gjør at Norsk Tipping må vurdere hvordan selskapet skal være til stede i handelen i framtida. Flax, vårt eneste fysiske produkt, er et viktig satsingsområde, og vi utvikler nå en ny og bedre salgsløsning for Flax.

### **Oddsens-terminaler**

I forbindelse med at selskapet tok i bruk ny teknologi for sportspill, ny «spillmotor», avviklet vi Oddsens som fysisk spill. Det betyr det fra 2022 ikke lenger er mulig å levere Oddsens i kassa hos kommisjonærene. Beslutningen er bygget på at over 90 prosent av omsetningen på Oddsens kommer via mobiltelefon eller nettside.

Vi innførte i stedet selvbetjeningsløsninger for salg av Oddsens i et lite utvalg butikker. Kundene leverer spillene via selvbetjeningsterminaler i butikken, og får dermed samme programtilbud som de som kun spiller via nettsider eller app. Tilbudet ble dessverre ikke mottatt så godt som forventet, og selskapet vurderer framtida for denne løsningen.

### **E-kommisjonærer**

E-kommisjonærer er digitale partnere som formidler innholdsmarkedsføring på sine nettsider, og som får betalt av Norsk Tipping basert på trafikken og salget markedsføringen skaper, akkurat som fysiske kommisjonærer. VG, Dagbladet og Nettavisen er eksempler på e-kommisjonærer.

Vi har opplevd stor vekst i salget via e-kommisjonærene i 2022. I løpet av året har vi justert forretningsmodellen, slik at e-kommisjonærene får provisjon på flere kriterier enn kun salg, for eksempel ansvarlighetsbudskap. Det er dessuten blitt enklere for kunder å navigere når de klikker seg inn på norsk-tipping.no fra nettpartnerne.

### **Kasinospill**

For kasinospill har det i 2022 først og fremst handlet om å gjøre kategorien mindre synlig. Hensikten er å dempe rekruttering av lotterispillere til kasinospill. Etter at de ulovlige tilbyderne i stor grad er borte fra reklameflatene på tv, har vi mindre behov for å vise fram Norsk Tippings nettkasinospill som alternativ til de ulovlige tilbyderne. Vi har derfor fjernet kasinospillene fra forsiden på nettsiden og i appen. Kasinospill er den største kilden til spilleproblemer, og det er et mål at færrest mulig skal spille kasinospill.

I henhold til forskrift til den nye pengespilloven, justerte vi åpningstidene fra desember. Nye åpningstider for salg av spill er 07 - 01.00 for alle spill bortsett fra sport, som kan selge spill til kl. 03.00.

## Brukervennlighet

Gjennom hele året har vi jobbet med å bedre brukervennligheten i løsningen våre. Det kan ofte være snakk om små skritt som hver for seg ikke representerer store endringer på den enkelte tjeneste, men mange små tiltak gir en stor forbedring totalt.

### **Sport**

Det har spesielt vært jobbet med sportspill-løsningen, både fra Norsk Tippings side og fra leverandørene. Likevel viser undersøkelser at sport er et område hvor vi må bli enda bedre for å innfri kundenes forventninger.

---

*Gjennom 2022 har vi jobbet med ny ID- og betalingsløsning sammen med vår leverandør, Buypass.*

---

### **ID og betaling**

Gjennom 2022 har vi jobbet med ny ID- og betalingsløsning sammen med vår leverandør, Buypass. Den nye, avanserte ID- og betalingstjenesten skal svare på mange behov og krav knyttet til sikker identifikasjon og trygge betalingstjenester. Samtidig byr løsningen på brukervennlige og fleksible betalingstjenester.

Etter oppgraderingen til ny løsning er det ikke lenger mulig å registrere seg som ny kunde hos kommisjonær. Det kan i seg selv sees som et tilbakeskritt for kundevennligheten i løsningen, men innstramningen er nødvendig for at kunde-ID-en skal holde et høyt nok sikkerhetsnivå. Vi må være helt sikre på at kunden er den han eller hun utgir seg for å være. Mobiltelefonen blir vårt ID-instrument, og den er nøkkelen til sikker ID av kunden.



Når sikker ID først er ivaretatt gjennom registreringen, får kundene tilgang til gode, fleksible og trygge tjenester for betaling av spill og utbetaling av premie. I tillegg er sikker ID forutsetningen for mange av verktøyene som sikrer ansvarlig spill.

Spillegrenser, regnskap og tilpasset oppfølging av risikospillere (f.eks. Spillepuls), er avhengig av sikker kunde-ID.

**Kort sagt:** Det skal være enkelt å bli kunde, enkelt å være kunde og trygt og sikkert å kjøpe spill og motta premier.

## Spillopplevelse

Spillopplevelse er området hvor vi har mest å gå på for å tilfredsstille kundenes forventninger. Spillopplevelse handler om hvilke opplevelser og underholdningselementer vi tilbyr kundene, i tillegg til selve spillet.

Vi er godt i gang med enkeltprosjekter som skal bedre spillopplevelsen, som f.eks. en løsning for å spille sammen i spillelag. Spillelagsløsningen har vært etterlyst i mange år, og i 2023 kan den nye løsningen endelig se dagens lys.

Streaming av idrett er et annet tilbud som bidrar til en bedre spillopplevelse, og vi har utvidet tilbudet i løpet av 2022.

## Kommunikasjon

Kommunikasjon og reklame er viktige virkemidler for å sikre at spilltilbudet beholder og styrker appellen hos de som vil spille pengespill.

### Lotto

I 2022 avsluttet vi den populære serien av lottoreklame med hunden Otto i hovedrollen. Et nytt konsept har overtatt, og her handler det om en dame som bruker lottopremien sin til å bestemme hva slags utsikt hun vil ha fra rommet sitt på aldershjemmet. Filmen er den nest best likte på Mediacom og Kampanjes reklamebørs for 2022.

I august offentliggjorde vi at Norsk Tipping setter all tv-reklame for sportsspill på pause, og stadfestet dermed noe som i realiteten har vært praksis lenge. I løpet av året er også ansvarlighetsbudskap i forbindelse med kommunikasjon av selskapsmerket trappet ytterligere opp. Heller ikke under fotball-VM sendte vi Oddsens-reklame, men brukte i stor grad plassen på budskap om ansvarlig spill og om Norsk Tippings samfunnsoppdrag.

## **NT.no**

Vi har målt effektene av budskap om ansvarlighetsverktøy på bannerne på NT.no, og har justert budskapene i tråd med det.

## **Universell utforming**

Norsk Tipping har som mål å tilby Norges beste digitale kundeopplevelse. Universell utforming (UU) er sentralt for å få til det. UU handler om at alle mennesker skal kunne ta til seg informasjon, utføre tjenester og delta i samfunnet på like vilkår, uavhengig av funksjonsnedsettelse.

I 2022 har vi gjennomført en GAP-analyse og en risikovurdering som skal hjelpe oss til å til å prioritere riktig i UU-arbeidet. Det er jobbet målrettet på tvers av selskapet for å forbedre løsninger og rutiner, i tillegg til at vi i løpet av året opprettet en fast stilling som UU-rådgiver.