Norgesautomaten dyker upp i berättelser om nätcasino, nordiska spelvarumärken och Betssons expansion. Men namnet kan lätt leda fel: det är inte i sig ett bevis på att Betsson ägde eller drev hela verksamheten från start. För att förstå kopplingen behöver man skilja mellan varumärket, bolaget som hade kundrelationen och leverantörerna bakom teknik och betalningar.

Den korta versionen är att Norgesautomaten var ett norskspråkigt nätcasinovarumärke som förknippas med den nordiska iGaming-marknaden kring 2009. Betsson nämns i sammanhanget eftersom bolaget senare kom att knytas till Automaten-varumärkena och till den bredare värdekedjan bakom nätspel. Det är en historia om varumärken och verksamhetsdelar som byter händer – inte en enkel berättelse om att ett bolag säljer allt och försvinner.

En viktig prisreferens är **286 MSEK (Betsson köper Automaten-varumärkena 2013)**. Den siffran bör läsas som en uppgift om ett förvärv av varumärken eller verksamhetstillgångar, inte automatiskt som priset för ett helt bolag, dess licenser eller alla tekniska system. Den skillnaden spelar roll när man försöker reda ut vem som faktiskt gjorde vad.

Vad var Norgesautomaten?

Norgesautomaten var ett onlinekasino riktat mot norska spelare. Namnet signalerade en lokal, lättbegriplig produkt: spel på automat, med norsk språkdräkt och marknadsföring anpassad till en norsk publik. På den tiden var det vanligt att operatörer byggde upp separata varumärken för olika länder eller kundgrupper, även när delar av tekniken och driften delades.

Att ett varumärke syntes på en webbplats säger dock inte ensamt vem som stod bakom hela verksamheten. I nätspel kan åtminstone fyra funktioner ligga hos olika aktörer:

- **Varumärket**, som kunden känner igen och möter i annonser och på webbplatsen.
- **Operatören**, det juridiska bolag som erbjuder spel och har kundrelationen.
- **Plattform och betalningar**, inklusive konton, spelintegrationer och insättningar.
- **Marknadsföring**, som kan hanteras av operatören, ett koncernbolag eller externa leverantörer.

Det här är inte bara en teoretisk uppdelning. Licensvillkor, bolagsregister, förvärvsdokument och äldre webbplatsmaterial kan peka på olika namn eftersom de beskriver olika delar av verksamheten. Därför bör formuleringen ”Norgesautomaten ägdes av X” helst stödjas av ett dokument som uttryckligen säger vilken tillgång eller juridisk person som avses.

Varför nämns Betsson?

Betsson nämns framför allt i samband med den senare historiken för Automaten-varumärkena. Betsson AB är den börsnoterade koncernen, medan **Betsson Group** ofta används som ett samlingsnamn för den operativa verksamheten. **Betsson Malta Holding** är ett bolagsnamn som kan förekomma i koncernens juridiska och licensrelaterade spår. De beteckningarna är besläktade, men de är inte utbytbara: ett pressmeddelande från moderbolaget, en licenspost för ett dotterbolag och ett varumärkesförvärv beskriver olika saker.

Uppgiften om 286 MSEK knyter Betsson till Automaten-varumärkena genom ett köp 2013. Det är en relevant pusselbit när man följer Norgesautomaten, men den bevisar inte på egen hand vem som drev varumärket

2009. För det krävs dokumentation från den tidigare perioden, exempelvis dåtida användarvillkor, bolagsuppgifter eller myndighetsmaterial.

Det som kan sägas med försiktighet: Betsson kom att ha en tydlig koppling till Automaten-varumärkena efter köpet. **Det som inte följer automatiskt:** att Betsson AB eller Betsson Malta Holding drev Norgesautomaten redan vid lanseringen, eller att köpet innebar att Betsson tog över varje kontrakt, licens och teknisk komponent.

Förvärv är inte samma sak som ett helt bolagsköp

Inom iGaming handlar transaktioner ofta om tillgångar snarare än om att köpa en hel juridisk person. Ett avtal kan omfatta varumärken, domännamn, kunddata eller vissa kommersiella rättigheter, medan andra delar lämnas hos säljaren eller hanteras genom separata överenskommelser. Det är därför prisexemplet **286 MSEK (Betsson köper Automaten-varumärkena 2013)** inte bör beskrivas slarvigt som ”Betsson köpte hela Norgesautomaten-bolaget” utan stöd i själva avtalet.



Fråga Vad behöver kontrolleras? Varför det spelar roll Vad köptes? Avtal, pressmeddelande eller årsredovisning Varumärke, verksamhet och bolag är olika tillgångar. Vem var operatör? Användarvillkor och licensuppgifter för rätt år Operatören ansvarar normalt för erbjudandet till spelaren. Vem levererade tekniken? Leverantörsavtal, bolagsuppgifter och myndighetsregister Plattform och betalningar kan ligga utanför varumärkesägaren. Vad hände med kunderna? Migreringsinformation och villkor vid övergången Kundkonton flyttas inte nödvändigtvis på samma sätt som ett varumärke.

B2C-exit men B2B-kvarvaro

En av de vanligaste missuppfattningarna i sådana historier är att en **B2C-exit** betyder att aktören lämnar iGaming helt. B2C är verksamhet riktad direkt till spelaren: kasino, sportsbook, kundkonto och kundservice. B2B handlar i stället om att leverera teknik eller tjänster till operatörer. En aktör kan sälja eller lägga ned sina egna konsumentvarumärken och samtidigt fortsätta leverera exempelvis plattform, spelintegrationer eller betalningslösningar.

Det är här resonemang om **Alta** kommer in. Alta har beskrivits som en spin-out med koppling till Betsson och som en del av den tekniska leverantörssidan. Den kopplingen är värd att undersöka, men man bör hålla

isär vad som är dokumenterat i bolagshistorik och vad som är en efterhandsbeskrivning. För att slå fast exakt vilka tillgångar, medarbetare eller avtal som följde med en spin-out behövs transaktions- eller bolagsdokumentation.

Poängen är värdekedjan: ett varumärke kan byta ägare, medan plattformen bakom det fortsätter att användas eller säljas till andra operatörer. En B2C-exit säger därför inte automatiskt att den tekniska kompetensen, kundhanteringssystemen eller leverantörsrelationerna försvann. Det är mer precist att fråga *vilken del av kedjan* som lämnades – varumärke, kundrelation, operatörsbolag eller B2B-tjänst.

Varumärkesbyten och kundmigrering

När ett varumärke säljs eller får en ny operatör kan kunderna möta en gradvis förändring: ny webbplats, uppdaterade villkor, nytt bolagsnamn eller en direkt övergång till ett annat varumärke. Men ”kundmigrering” kan betyda flera olika saker. Konton kan flyttas, kunder kan uppmanas att registrera sig på nytt, eller så kan varumärket helt enkelt stängas utan att kunddatabasen följer med.

För spelaren är detaljerna praktiska och viktiga. Vem ansvarar för saldo och uttag? Vilka villkor gäller efter övergången? Vilket bolag hanterar personuppgifter? Och vilken licens gäller för den nya tjänsten? Ett gammalt varumärke i en sökträff är inte tillräckligt för att besvara de frågorna.

Vid granskning är det klokt att jämföra daterade versioner av användarvillkor, integritetspolicy och webbplatsens sidfot. Äldre skärmbilder kan visa hur sajten presenterades, men de fastställer inte alltid vilken juridisk person som faktiskt bar operatörsansvaret. Även marknadsföring kan ligga hos ett annat bolag än det som tog emot spelinsättningar.

MGA-licens och approved service providers

En Malta Gaming Authority-licens är ett användbart spår, men den måste knytas till rätt bolag, rätt tjänst och rätt tidpunkt. Använd verktyget MGA license verification (authorisation.mga.org.mt) för att kontrollera bolag och auktorisationer. Sök inte bara på varumärket: licensen står normalt på en juridisk person, och varumärket kan saknas i registret eller förekomma under en annan operatör.



Det är också viktigt att skilja en licensierad operatör från en leverantör. MGA:s regler omfattar olika typer av tillstånd och rhino services limited registreringar. En leverantör av teknik eller andra tjänster kan ha en annan

status än bolaget som erbjuder spel direkt till kunder. Begrepp som *approved service providers* hjälper till att beskriva leverantörslagret, men de ersätter inte kontrollen av vem som faktiskt drev sajten.

Även uttrycket *interactive promotion media* kräver sammanhang. Det kan förekomma i diskussioner om marknadsförings- eller medietjänster runt spel, men bör inte behandlas som synonymt med speloperatör, casino-varumärke eller MGA-licens. Fråga alltid vilken konkret roll bolaget hade och vilket dokument som styrker den.

Nordmakedonien och KZK-spåret

En annan källa som kan vara relevant när bolagsrelationer och transaktioner kartläggs är Nordmakedoniens konkurrensmyndighet. Myndighetens register över beslut och anmälningar finns hos Nordmakedoniens konkurrensmyndighet KZK-beslut och anmälningar (kzk.gov.mk). Där kan konkurrensärenden ge upplysningar om anmälda företagsförvärv, ägarförändringar eller koncernrelationer.

Ett KZK-dokument ska dock läsas för vad det faktiskt säger. En anmälan visar att en transaktion eller planerad förändring har anmälts; den är inte i sig bevis för att en viss webbplats drevs av ett visst bolag flera år tidigare. Ett beslut kan bekräfta att myndigheten prövat en transaktion, men säger inte nödvändigtvis något om kundmigrering, plattformskontrakt eller varumärkesrättigheter utöver det som uttryckligen framgår.

Så skiljer man fakta från indicier

För den som vill kontrollera Norgesautomaten-historiken är en enkel källordning användbar. Börja med primärdokument och låt senare bolagsbeskrivningar fungera som ledtrådar, inte som ersättning.

1. **Fastställ tidsperioden.** Skilj mellan 2009, 2013 och senare ägar- eller licensförändringar.
2. **Identifiera aktörerna.** Skriv upp varumärke, operatör, teknikleverantör och koncernbolag var för sig.
3. **Läs transaktionsbeskrivningen noga.** Kontrollera om den gäller aktier, varumärken, kundrelationer eller andra tillgångar.
4. **Verifiera licensspåret.** Kontrollera juridiskt bolag och relevanta datum i MGA:s register.
5. **Följ myndighetsdokumenten.** Läs KZK-anmälningar och beslut som dokument för specifika ärenden, inte som allmän historik.
6. **Jämför kundmaterial.** Använd villkor och integritetspolicy för att förstå operatörsbyten och möjliga kundmigreringar.

Det ger en användbar uppdelning: **bevis** är exempelvis ett daterat avtal eller en myndighetspost som uttryckligen identifierar bolaget och tillgången. **Indicier** kan vara en licenspost, en gammal sidfot eller en koncernpresentation som pekar åt samma håll. **Hypoteser** är slutsatser om hur kundkonton eller teknik måste ha flyttats när underlagen inte säger det direkt.

Slutsats: Betsson-kopplingen är verklig, men måste preciseras

Norgesautomaten var ett norskspråkigt nätcasinovarumärke som hör hemma i den nordiska iGaming-historien kring 2009. Betsson nämns eftersom bolaget senare kopplades till Automaten-varumärkena, med **286 MSEK (Betsson köper Automaten-varumärkena 2013)** som viktig prisreferens. Det betyder inte automatiskt att Betsson drev varumärket från början eller att förvärvet omfattade hela den bakomliggande verksamheten.

Den mer intressanta lärdomen är hur verksamheten kan delas upp: B2C-varumärken och kundrelationer kan byta ägare, medan B2B-kunskap, teknik och tjänster lever vidare. Alta-spåret illustrerar varför en B2C-exit inte nödvändigtvis innebär att aktören försvinner ur värdekedjan. Men exakt vad som följde med en spin-out eller en transaktion måste beläggas i dokument, inte fyllas i med antaganden.

För en seriös kartläggning räcker det alltså inte att hitta namnet Norgesautomaten bredvid Betsson. Kontrollera vem som ägde varumärket vid respektive tidpunkt, vem som var operatör, vem som levererade plattform och betalningar och hur marknadsföringen organiserades. Det är där skillnaden mellan en rimlig berättelse och en hållbar faktabeskrivning ligger.