

Bijlage 1

Aanvullende zelfreguleringsmaatregelen online kansspelsector

VOLUMEBEPERKINGEN

- Geen reclame voor online kansspelen in geprinte media.
- Geen reclame voor online kansspelen op de reguliere nationale radio en reguliere regionale radio.
- Geen buitenreclame voor online kansspelen met uitzondering van boarding in stadions die onderdeel zijn van een sport sponsorovereenkomst.
- Maximaal één Tv-reclame per blok voor online kansspelen. Daarbovenop verschuift het tijdsvenster voor Tv-reclame voor online kansspelen van 21u00 naar 22u00. Hiervan is (programma)sponsoring in combinatie met neutrale billboards uitgezonderd. Daar waar billboards nu visueel gelijkend kunnen zijn aan korte TV-commercials met bewegend beeld, animaties, zullen billboards straks louter bestaan uit de visueel statische weergave van een logo, een neutrale achtergrond, een website-adres; aangevuld met (auditieve) weergave van de tekst 'dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door <bedrijfsnaam>'. Deze weergave is in deze vorm feitelijk een neutrale sponsorvermelding van slechts enkele seconden. Daarmee zijn losse billboards ook niet meer toegestaan. Hiermee wordt de visuele impact van deze uitingen drastisch teruggebracht en is daarmee duidelijk te onderscheiden van reclame.

PREVENTIEVE MAATREGELEN

- We beperken de online bonuscommunicatie tot het communiceren van online welkomstbonussen en online bonussen die 1 op 1 kunnen worden gecommuniceerd via direct marketing (gericht). Het bonus-communicatieverbod beperkt aanbieders in het soort bonussen dat kan worden getoond in de resterende media typen, waarin op basis van dit pakket en de ROK nog bonussen kunnen worden getoond. Hiermee verdwijnt de grote variatie aan thematische bonussen in advertenties. De eigen websites (owned media) van de aanbieders en bijvoorbeeld 1-op-1 communicatie via e-mail blijven hiervan uitgezonderd, om het bonus instrument voldoende effectief te kunnen laten bijdragen aan de kanalisatiedoelstellingen, zij het op gerichte wijze.
- De online branche gaat concreter vorm en invulling geven aan "verantwoord spelen" waar in eerste instantie wordt gekeken naar de speellimieten, zodat afspraken over speellimieten voor online kansspelen tussen aanbieders uiterlijk op 1 april gemaakt zijn en vervolgens op korte termijn in werking kunnen treden. Daarbij kan worden gezegd dat er een standaard maximale speelduur voor online kansspelen van acht uur per dag gaat gelden, met een uitzondering voor bv. Pokertoernooien die langer kunnen duren en voor sportwedstrijden.
- Instellen van een bewustwordingstrigger voor online kansspelen (bijvoorbeeld een pauzeer pop-up) met steeds kortere tussenpozen bij online kansspelen.
- Geen mogelijkheid voor spelers om de speellimieten voor online kansspelen in één keer op onbeperkt/maximaal te zetten

AANVULLENDE MAATREGELEN

- Bij iedere Tv-reclame voor online kansspelen wordt de reclame afgesloten met een 100% scherm responsible gaming disclaimer "wat kost gokken jou? Stop op Tijd" voor enkele seconden.
- Enkel inzet van rolmodellen ouder dan 35 bij online kansspelen; in het geval inzet van sporters allen nadat ze 2 jaar zijn gestopt met hun professionele sportcarrière.

- Geen directieve urgentie in reclame voor online kansspelen (zoals bijvoorbeeld: 'speel nu' versus 'speel mee').
- Grenswaarde voor substantieel bereik onder minderjarigen en jongvolwassenen verlagen van 25% naar 20% voor reclame voor online kansspelen.
- De branche wil samen met onafhankelijke partijen vormgeven aan actieve monitoring, die een feitelijk beeld geeft over de mate waarin onze reclame onbedoeld kwetsbare groepen bereikt die in wet- en regelgeving staan beschreven. Daarnaast zal de branche zich maximaal inspannen om in overleg te treden met digitale medianetwerken en publishers over uniforme mogelijkheden voor consumenten om zich uit te sluiten van reclame voor online kansspelen. De mogelijkheid voor aanbieders om (terughoudend) reclame te kunnen maken op het internet voor hun vergunde aanbod, speelt een kritieke rol in de strijd met de vele duizenden illegale online aanbieders. Juist op het internet maken illegale aanbieders van online kansspelen op grote schaal reclame voor hun illegale goksites, bijvoorbeeld via Google met astronomische bonussen en gouden bergen in het vooruitzicht. Het internet is het slagveld bij uitstek in de strijd tegen de illegaliteit. Indien dit kanaal wordt ingeperkt voor vergunde aanbieders, worden zwaard en schild tegelijkertijd uit handen van vergunde aanbieders geslagen en komt de kanalisatie en consumentenbescherming onaanvaardbaar in het nauw. Internet heeft als medium bij uitstek de mogelijkheden om reclame gericht aan te bieden. Daarnaast en ten slotte is de industrie bereid om vóór 1 april aanstaande de ROK ook op dit punt nog eens kritisch tegen het licht te houden om te zien waar er nog mogelijkheden tot aanscherping zijn, zonder dat daarbij de kanalisatie te zeer wordt geschaad. Zodat deze op zo kort mogelijke termijn in werking kunnen treden.

MAATREGELEN WAAR ONDERSTEUNING KANSSPELAUTORITEIT OF DERDEN NODIG IS

- Het kabinet zou de doelstelling voor de kanalisatiegraad voor online kansspelen bij moeten stellen van 80% naar 95%.
- De sector ziet in het voorbeeld van de Belgische Kansspelautoriteit noodzaak tot een neutrale preventiecampagne voor online kansspelen vanuit de Ksa en het verslavingspreventiefonds om zo consumenten te waarschuwen voor risico's van kansspelen en bewustwording over het legale aanbod te stimuleren.
- Om kwetsbare groepen beter te beschermen zou de database van onder curatele gestelden & onder bewind gestelden moeten worden gekoppeld aan CRUKS.
- In overleg met mediapartijen kijken naar mogelijkheden een digitale versie van een NEE-NEE sticker te realiseren, waarmee personen zich integraal kunnen uitsluiten van digitale reclame voor online kansspelen.
- Samenwerking onderzoeken met sociale mediagroepen wat betreft het instellen van een blokkade voor kwetsbare groepen met betrekking tot reclame voor online kansspelen.

IMPLEMENTATIE

- Tot slot merken wij op dat het door ons voorgestelde pakket enkel kan worden ingevoerd als er geen mededingingsrechtelijke risico's optreden en er rekenschap wordt gegeven van de juridische houdbaarheid (zowel op Europees als nationaal niveau); alsmede moet een realistische implementatietermijn in acht worden genomen daar er op onderdelen bijvoorbeeld reeds contractuele verplichtingen zijn aangegaan en daarmee afhankelijkheden kunnen optreden die van invloed zijn hierop. Daarnaast zijn we op diverse punten afhankelijk van derden, zoals omroepen, Techplatformen en bijvoorbeeld de Kansspelautoriteit om de maatregelen goed en tijdig in te voeren.