

Gedrags- en reclamecode kansspelen

De landelijke vergunninghouders van kansspelen en de particuliere aanbieders van speelautomaten in Nederland (verenigd in de VAN), onderschrijven de voorliggende Gedrags- en reclamecode kansspelen. De bedoeling ervan is de consument goed te informeren over het legale kansspel aanbod, zonder dat dit gepaard gaat met schadelijke neveneffecten. Hierbij kan worden gedacht aan het voorkomen van onmatige deelname, maar evenzeer aan het voorkomen dat afbreuk wordt gedaan aan het kansspelbeleid van de overheid. De vergunninghouders dragen zorg voor een evenwichtig beleid op het gebied van de wervings- en reclameactiviteiten voor kansspelen.

De Gedrags- en reclamecode kansspelen maakt het wervings- en reclamebeleid van kansspel aanbieders transparant en inzichtelijk, met bijzondere aandacht voor het waarborgen van de uitgangspunten van het kansspelbeleid, waarin de volgende beleidsdoelen zijn benoemd:

- het tegengaan van kanspelslaving;
- consumentenbescherming, waaronder het tegengaan van wervings- en reclame-uitingen gericht op minderjarigen of andere kwetsbare groepen;
- illegaliteits- en criminaliteitsbestrijding;

Alle reclame-uitingen en verkoopbevorderende activiteiten van kansspel aanbieders moeten voldoen aan de door de Stichting Reclame Code opgestelde regels. Deze regels, de Nederlandse Reclame Code, bevatten in aanvulling op een aantal Algemene Bepalingen ook enkele Bijzondere Reclame Codes. Die zijn door de Stichting Reclame Code in overleg met verschillende brancheorganisaties goedgekeurd. De Reclamecode voor Kansspelen is onder de Bijzondere Reclame Code van de Nederlandse Reclame Code opgenomen. Op de naleving ervan wordt toegezien door de Reclame Code Commissie. De Nederlandse vergunninghouders hebben niet willen volstaan met de regels waarop de Reclame Code Commissie toeziet. Zij hebben zich ook nog gebonden aan de naleving van gedragsregels, zoals opgenomen in de Gedragscode voor Kansspelen.

Gedragscode voor Kansspelen

De Gedragscode voor Kansspelen heeft een aanvullend karakter op de Reclamecode voor Kansspelen en is van toepassing op alle vormen van wervings- en reclame-uitingen die zijn gericht op, of verband houden met:

- het vergroten van de (naams)bekendheid van een kansspel aanbieder;
- de bevordering van deelname aan kansspelen;
- het werven van nieuwe deelnemers;
- het informeren van bestaande deelnemers;
- televisieprogramma's waaraan kansspel aanbieders of directe beneficianten zijn verbonden;
- sponsoractiviteiten van kansspel aanbieders of directe beneficianten.

Deze code is onverkort van toepassing bij reclame voor kansspelen door of namens beneficianten.

Artikel 1

Kansspelaanbieders streven er naar te voorkomen dat opeenhoping ontstaat van tv-programma's die (mede) betrekking hebben op kansspelen.

Toelichting

Het voorkomen dat opeenhoping ontstaat van tv-programma's die (mede) betrekking hebben op kansspelen, is een inspanningsverplichting voor de kansspelaanbieders. De frequentie van spelshows is afhankelijk van het type kansspel. Het streven van iedere kansspelaanbieder is om per week aan een kansspel niet meer dan één spelshow te wijden. Het grote aantal tv-zenders helpt opeenhoping te voorkomen, maar heeft ook een verhogend effect op het aantal reclame-uitingen dat nodig is om voldoende personen te bereiken. Het Commissariaat voor de Media ziet er op toe, dat de vele reclamebeperkingen die op grond van de Mediawet gelden bij programmasponsoring, worden nageleefd.

Artikel 2

Indien bij een kansspel, waarvoor een automatische incasso is afgegeven, een inlegverhoging wordt doorgevoerd ten gevolge van het feit dat het aantal trekkingen wordt uitgebreid, wordt een zgn. opt-in systeem toegepast. Deze inlegverhoging mag dus alleen bij bestaande abonneespelers worden geïncasseerd als ze vooraf expliciet toestemming hiervoor hebben gegeven.

Artikel 3

Kansspelaanbieders zullen niet participeren in op minderjarigen gerichte programma's.

Toelichting

Bij diverse kleinere loterijen zoals van Scouting Nederland, Jantje Beton en de Grote Clubactie zijn minderjarigen op pad om loten te verkopen voor hun groep, school, club of vereniging. Het is noodzakelijk dat met deze groep minderjarigen kan worden gecommuniceerd. Het doel hiervan is dat de minderjarigen zich inzetten voor het belang van hun groep, school, club of vereniging. De communicatie met deze minderjarigen mag evenwel nooit aanzetten tot deelname aan het kansspel van minderjarigen zelf.

Artikel 4

Kansspelaanbieders maken alleen gebruik van consumentengegevens voor communicatie doeleinden met inachtneming van de Wet bescherming persoonsgegevens.

Artikel 5

Kansspelaanbieders richten directe reclame zoals mailings, digitale en andere nieuwsbrieven etc. niet aan minderjarigen. Voorts zullen kansspelaanbieders om het meedoen aan kansspelen te stimuleren geen gebruik maken van vouchers of korting op producten van andere organisaties als incentive waarbij ook de commerciële belangen van andere partijen worden gediend.

Artikel 6

Kansspelaanbieders zorgen er voor dat persoonsregistraties welke voor direct-marketing doeleinden worden ingezet, zijn geschoond van consumenten aangemeld bij de Stichting Postfilter en/of het Bel-Me-

Niet register. Kansspelaanbieders benadrukken dat zij NEE/NEE en NEE/JA stickers ten behoeve van het niet ontvangen ongeadresseerd reclamewerk respecteren.

Toelichting

De Stichting Postfilter is een zelfreguleringsinitiatief van de Direct Marketing branche. Postfilter is het centrale meldpunt waar consumenten zich kunnen verzetten tegen ongevraagde geadresseerde reclamepost.

Consumenten kunnen zich te melden op internet www.postfilter.nl en per post Antwoordnummer 666. Postfilter bevat blokkadebestanden voor consumenten die zich verweren tegen ongevraagde geadresseerde reclamepost (direct mail) en het overledene blokkadebestand, dat commerciële aanbiedingen per post voorkomt gericht aan een overledene.

Via het wettelijke Bel-Me-Niet register kunnen consumenten zich verzetten tegen telemarketing.

Consumenten kunnen zich melden via www.bel-me-niet.nl of per post via Postbus 906, 1000 AX Amsterdam of per telefoon via 0900-6661000 (25 eurocent per minuut).

De NEE/NEE en NEE/JA stickers zijn te verkrijgen via de Gemeente en via het speciale telefoonnummer 0900 -2025095 (25 eurocent per minuut)

Artikel 7

Goede doelen verrichten reclame-uitingen met verwijzingen naar kansspelvergunninghouders. Indien de reclame-uiting voortvloeit uit een opgelegde verplichting, zullen de hieraan verbonden kosten worden geacht (mede) door die kansspelvergunninghouders te zijn gedaan.

Artikel 8

Kansspelaanbieders waarborgen wanneer er sprake is van verkooppunten zo goed mogelijk dat de informatie ter plaatse actueel is.

Artikel 9

Kansspelaanbieders gaan werving en reclame voor illegale kansspelen tegen door in distributie overeenkomsten met wederverkopers vast te leggen, dat het verboden is om op verkooppunten of via wederverkopers illegale kansspelen aan te bieden, dan wel er voor te werven of er reclame voor te maken.

Artikel 10

In sponsorcontracten wordt een onderscheid gemaakt tussen sponsoring en goed burgerschap. Onder goed burgerschap wordt verstaan het toekennen van een financiële bijdrage zonder dat hier enige commerciële of andere verplichting tegenover staat. Aan goed burgerschap worden minder beperkende voorwaarden gesteld. Sponsoractiviteiten door kansspelaanbieders zijn toegestaan met inachtneming van hetgeen in deze code is bepaald:

- (Hoofd) Sponsorcontracten waarvan de looptijd langer dan een jaar is én het gesponsorde bedrag 500.000 euro overschrijdt, dienen voorafgaand te worden gemeld bij de Minister van Veiligheid en Justitie.

- Dergelijke contracten mogen geen exclusiviteitsclausules bevatten, in die zin dat een gesponsorde partij slechts met één kansspelvergunninghouder een contract mag aangaan. Hieronder wordt ook verstaan het overeenkomen van beperkende voorwaarden met de gesponsorde partij die gelden indien er een contract met een andere kansspelvergunninghouder wordt aangegaan.
- Sponsorcontracten dienen een bepaling te bevatten die ontbinding tijdens de looptijd mogelijk maakt wegens strijdigheid met het kansspelbeleid.
- Hetgeen vastligt in dit artikel 10 zal van toepassing zijn op nieuwe overeenkomsten en/of verlengingen van bestaande overeenkomsten, die worden gesloten na inwerkingtreding van deze gedragscode voor kansspelaanbieders.

Reclamecode voor Kansspelen

Het uitoefenen van toezicht op de naleving van de Reclamecode kansspelen is opgedragen aan de Stichting Reclame Code. In geval van een vermeende overtreding van de regels van deze code, kan een ieder een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie, met de mogelijkheid van beroep bij het College van Beroep. Het adres luidt Stichting Reclame Code, postbus 12352, 1100 AJ Amsterdam. Telefoon 020-6960019; telefax 020-6965659; www.reclamecode.nl.

De behandeling van klachten geschiedt overeenkomstig de bepalingen van het Reglement betreffende de werkwijze van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep.

Bij niet-naleving van de Nederlandse Reclame Code krijgt de overtreder een aanbeveling om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken, dan wel niet meer op een dergelijke wijze de verkoopbevorderende activiteiten voort te zetten.

Zo'n aanbeveling van de Reclame Code Commissie kan op twee manieren worden gedaan:

- a. ondershands: de aanbeveling wordt alleen bekend gemaakt aan de betrokken partijen;
- b. openbaar: de Reclame Code Commissie maakt de aanbeveling ook bekend aan verschillende media en instanties, zoals het Ministerie van Veiligheid en Justitie en de SER.
- c.

Alle uitspraken van de Reclame Code Commissie en van het College van Beroep zijn kenbaar voor derden.

De vergunninghouders hebben zich bovendien verplicht tot het doen plaatsen van een rectificatie respectievelijk het betalen van een geldboete tot een maximum van 22.690 euro, indien de Reclame Code Commissie dan wel het College van Beroep daartoe gronden aanwezig acht. De boete komt ten goede aan de Stichting Ideële Reclame (SIRE).

De na te leven regels zijn vermeld in de als bijlage opgenomen Reclamecode voor Kansspelen die worden aangeboden door vergunninghouders ingevolge de Wet op de kansspelen (RvK).

Reclamecode voor Kansspelen die worden aangeboden door vergunninghouders ingevolge de Wet op de kansspelen (RvK)

1. Werkingsgebied

Reclame voor kansspelen aangeboden door vergunninghouders ingevolge de Wet op de kansspelen is, onverminderd hetgeen verder in het algemene gedeelte van de Nederlandse Reclame Code is bepaald, onderworpen aan deze bijzondere reclame code. Vergunninghouders zijn onder meer de landelijke vergunninghouders van kansspelen en de particuliere aanbieders van speelautomaten in Nederland. Deze code is onverkort van toepassing op reclame gemaakt voor kansspelen van de vergunninghouders door Beneficianten.

Definities

Deze code verstaat onder:

Beneficiant:	(mede)begunstigde van de opbrengst van een kansspel;
Kansspel(en):	een gelegenheid (gelegenheden) om mee te dingen naar prijzen en premies waarbij de aanwijzing van de winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen;
Kansspelaanbieder:	een organisatie die beschikt over een in de Wet op de kansspelen bedoelde vergunning;
Minderjarigen:	personen die de leeftijd van 18 jaren nog niet hebben bereikt;
Reclame voor Kansspelen:	reclame in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code gericht op of ten gevolge hebbend het vergroten van de (naams)bekendheid van Kansspelaanbieders en het wekken van interesse voor deelname aan Kansspelen.

2. Identiteit Kansspelaanbieder

De Kansspelaanbieder draagt er zorg voor dat duidelijk is dat Reclame voor Kansspelen afkomstig is van een Kansspelaanbieder.

3. Oneerlijke reclame

Reclame voor Kansspelen mag niet oneerlijk zijn in de zin van artikel 7 van de Nederlandse Reclame Code. Onder meer niet ten aanzien van de hieronder genoemde elementen:

- (a) ten aanzien van de eigenschappen van of kansen op het winnen van een prijs bij de aangeboden Kansspelen. Oneerlijk is hier bijvoorbeeld:
 - 1. de indruk wekken dat een deelnemer al een prijs heeft gewonnen of zal winnen of door het verrichten van een bepaalde handeling een prijs zal winnen, terwijl daar op alleen maar een kans bestaat;
 - 2. de indruk wekken dat alleen door het activeren van een code een deelnemer extra kans maakt op een prijs, waarbij niet of onvoldoende duidelijk wordt gemaakt dat het activeren inhoudt dat de deelnemer een extra lot koopt;
 - 3. de indruk wekken dat er ieder uur trekkingen plaatsvinden terwijl er ieder uur winnaars bekend worden gemaakt, waarvan de trekking op een ander tijdstip heeft plaatsvonden;
 - 4. de indruk wekken dat een prijs altijd valt, terwijl die ook kan vallen op niet verkochte loten;

5. het veroorzaken of laten bestaan van onduidelijkheid of een trekking of voordeel alleen voor nieuwe deelnemers is of ook voor bestaande.
6. de indruk wekken dat er een bepaald geldbedrag kan worden gewonnen per deelname of lot, terwijl dat bedrag alleen gewonnen kan worden als er een optie bij is gekocht.
7. het aanbieden van een gratis deelname waarbij niet voldoende duidelijk vermeld wordt dat er slechts gratis kan worden deelgenomen als er toestemming wordt gegeven om telefonisch benaderd te worden door de Kansspelaanbieder.

(b) ten aanzien van de verbintenis van de deelnemer zoals de betalingsverplichting, het aantal trekkingen of de contractvorm. Oneerlijk is hier bijvoorbeeld:

1. niet vermelden of onvoldoende duidelijk vermelden wat de duur van de deelneming is en/of er, bijvoorbeeld, sprake is van een eenmalige deelname, een kortlopende abonnement dat van rechtswege eindigt (al dan niet ter kennismaking) of een abonnement tot wederopzegging.
2. onduidelijke informatie verschaffen over de prijs van een lot.

(c) ten aanzien van de voordelen voor de deelnemer. Oneerlijk is hier bijvoorbeeld:

een product, dienst of lot als gratis of cadeau aanduiden:
 - zonder in het aanbod duidelijk te maken dat de deelnemer dat product, dienst of lot alleen gratis krijgt als hij tot een aankoop overgaat; en/of
 - de waarde daarvan verdisconteerd is in het door de deelnemer te betalen bedrag voor de verplichte aankoop; en/of
 - wanneer niet of onvoldoende duidelijk is dat een gratis lot of deelname vanzelf overgaat in een betaalde deelname.

4. Verantwoorde deelname

- (1) Reclame voor Kansspelen mag alleen gericht zijn op verantwoorde deelname aan en het wekken van interesse voor het aangeboden Kansspel.
- (2) Reclame voor Kansspelen mag niet aanzetten tot onmatige deelname. Dat gebeurt onder meer indien:
 - (a) onmatige deelname tot voorbeeld wordt gesteld of gebagatelliseerd;
 - (b) de indruk wordt gewekt dat deelname aan Kansspelen een oplossing kan vormen voor financiële of andere problemen.

Onder onmatige deelname wordt verstaan risicovol spelgedrag dat kan leiden tot kansspelverslaving.

- (3) Gratis speelfiches voor casinospelen of speelautomaten, mogen niet worden verspreid via landelijke dagbladen of huis-aan-huisbladen met een landelijk bereik.
- (4) Onverminderd hetgeen in deze code of elders in de Nederlandse Reclame Code is bepaald, zal bij elke afzonderlijke wervings-en reclameactiviteit op voor de consument voldoende zichtbare wijze informatie worden verstrekt over:
 - (a) De minimumleeftijd voor deelname aan een Kansspel.
 - (b) De nader te bepalen slogan die per 1 januari 2015 zal gelden.
 - (c) De internetpagina van de Kansspelaanbieder.

Op de internetpagina van de Kansspelaanbieder is informatie te verkrijgen en na te zien ten aanzien van:

- (i) de specifieke kenmerken van aangeboden Kansspelen;
 - (ii) de kosten van deelname;
 - (iii) overige verplichtingen die verbonden zijn aan deelname of het winnen van een prijs;
 - (iv) het verbod van deelname voor Minderjarigen aan Kansspelen;
 - (v) verantwoorde deelname aan Kansspelen en over mogelijkheden voor hulpverlening met betrekking tot kansspelverslaving;
 - (vi) wat de risico's zijn van onmatige deelname aan Kansspelen;
 - (vii) de deelnamevorm: is er sprake van een eenmalige deelname of een abonnement;
 - (viii) de wijze waarop deelname aan Kansspelen kan worden beëindigd;
 - (ix) de wijze waarop de deelnemer zich op een eenvoudige manier bij de aanbieder kan afmelden voor geadresseerde reclamepost;
 - (x) het waarborgen van de privacy van deelnemers;
 - (xi) de wijze waarop winnaars van grote prijzen zich van onafhankelijk advies over financiële en juridische aangelegenheden kunnen voorzien;
 - (xii) het spelverloop, de winkansen (statistische kans) bij de verschillende prijzen behalve als dat praktisch niet uitvoerbaar is, de winstbepaling, de eventuele inhouding van kansspelbelasting;
 - (xiii) de tenminste een maand van tevoren te verwachten berichtgeving aan deelnemers die toestemming hebben gegeven voor bancaire incasso, inzake prijsverhogingen of andere wezenlijke wijzigingen in de spelvoorwaarden;
 - (xiv) de omvang en de bestemming van de opbrengsten van de Kansspelen. Dit punt is niet van toepassing op exploitanten van kansspelautomaten.
- (5) Het is houders van een aanwezigheidsvergunning voor kansspelautomaten op grond van artikel 30c, eerste lid, onder a, van de Wet op de Kansspelen niet toegestaan om reclame te maken voor door hen aangeboden Kansspelen.
5. Medewerking deelnemers aan reclame
- (1) Prijswinnaars zijn niet verplicht tot het verlenen van enige vorm van medewerking aan enige vorm van reclame voor Kansspelen. In Reclame voor Kansspelen mag de suggestie ook niet worden gewekt dat dat anders zou zijn.
- (2) Kansspelaanbieders kunnen prijswinnaars vragen vrijwillig medewerking te verlenen.
6. Kwetsbare groepen
- (1) Reclame voor Kansspelen wordt niet specifiek gericht op maatschappelijk kwetsbare personen.

Toelichting:

Een Kansspelaanbieder mag zich niet specifiek richten op bijvoorbeeld Minderjarigen en personen waarvan hij weet dat die kenmerken van risicovol spelgedrag vertonen, bijvoorbeeld doordat die personen bij de aanbieder bekend zijn met een actief entree- of deelnameverbod voor Kansspelen wegens speelproblemen. Het is niet te voorkomen dat

maatschappelijk kwetsbare personen geconfronteerd worden met ongerichte reclame. Voor die reclame geldt dan lid 3 van dit artikel.

- (2) Maatschappelijk kwetsbare personen zijn in ieder geval Minderjarigen, kansspelverslaafden en personen die risicovol spelgedrag vertonen.
- (3) Reclame voor Kansspelen speelt niet in op de specifieke zwakheden of behoeften van maatschappelijk kwetsbare personen.
- (4) In Reclame voor Kansspelen worden geen producten of diensten van derden gebruikt die specifiek gericht zijn op en appelleren aan (groepen van) maatschappelijk kwetsbare personen.

Toelichting:

Het maken van reclame in combinatie met producten voor bijvoorbeeld jongeren is niet toegestaan. Denk aan voetbalplaatjes in combinatie met loten. Het gaat om de specifieke gerichtheid van het product of dienst op die groep. Aanvullende eis is dat het product ook aan die groep moet appelleren.

- (5) Reclame voor Kansspelen mag niet gericht zijn op Minderjarigen. Hieraan wordt veelal invulling gegeven door in Reclame voor Kansspelen niet onnodig personen die jonger zijn of lijken dan 18 jaar af te beelden. Indien loten verkocht mogen worden en daadwerkelijk verkocht worden door Minderjarigen (zoals bij Scouting Nederland, Jantje Beton en de Grote Clubactie), mogen deze Minderjarigen in beeld worden gebracht, mits dit niet aanzet tot het deelname aan het Kansspel door Minderjarigen.
- (6) Er zal geen Reclame voor Kansspelen worden gemaakt door middel van en rondom specifiek op minderjarigen gerichte media, dan wel delen van deze media (inserts, bijlagen, speciale radio - en tv-programma's, bioscoopfilms etc.).
- (7) Het is Kansspelaanbieders verboden activiteiten van derden of radio-en/of televisieprogramma's te sponsoren, met uitzondering van neutrale vermelding van sponsoring van media-aanbod, die zich grotendeels of expliciet richten op Minderjarigen, tenzij de sponsoring uitsluitend is gericht op het motiveren van Minderjarigen opdat zij zich in het belang van hun organisatie, school, club of vereniging inzetten voor de werving van volwassen deelnemers aan Kansspelen.
- (8) Reclame voor Kansspelen is niet toegestaan op billboards, swanks, abri's en mupi's en voorwerpen met een vergelijkbaar doel die zijn geplaatst binnen of in het zicht van opleidingsinstituten die in hoofdzaak door Minderjarigen worden bezocht. Kansspelaanbieders zullen in hun contracten met exploitanten van buitenreclame dergelijke locaties uitsluiten.

Toelichting:

Is een dergelijke reclame geplaatst nabij een terrein waarop incidenteel een evenement plaatsvindt voor Minderjarigen, dan hoeft de reclame niet te worden verwijderd.

- (9) Er zal geen sampling plaatsvinden aan Minderjarigen of op bijeenkomsten die hoofdzakelijk of uitsluitend door Minderjarigen worden bezocht.
- (10) De houder van de vergunning tot het organiseren van een speelcasino op grond van artikel 27h, eerste lid, van de Wet op de Kansspelen en de houders van een vergunning op grond van artikel 30c, eerste lid, onder b van de Wet op de Kansspelen maken onverminderd hetgeen elders in deze code is vermeld, geen reclame specifiek gericht op personen die ouder dan 18 maar jonger dan 24 jaar zijn.
- (11) Lineaire televisiediensten bevatten geen Reclame voor Kansspelen tussen 6.00 en 19.00 uur. Ter voorkoming van misverstanden: ook niet in de vorm van telewinkelboodschappen. In afwijking daarvan is een neutrale vermelding van de sponsoring van media-aanbod in die periode wel toegestaan.

7. Inwerkingtreding

Deze code is aangepast en inwerking getreden met ingang van 1 januari 2015 en is voor onbepaalde tijd van kracht.