

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 kansspelaanbod, 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 kansspelaanbieders transparant en inzichtelijk, met bijzondere aandacht voor:

- het waarborgen van de uitgangspunten van het kansspelbeleid, waarin drie beleidsdoelen zijn benoemd:
 - het tegengaan van gokverslaving;
 - consumentenbescherming;
 - criminaliteitsbestrijding;
- het tegengaan van wervings- en reclame-uitingen gericht op minderjarigen of andere kwetsbare groepen.

Alle reclame-uitingen en verkoopbevorderende activiteiten van kansspelaanbieders 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. Net als de Reclamecode zal ook de gedragscode voor Kansspelen na twee jaar worden geëvalueerd en zonodig worden bijgesteld.

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 kansspelaanbieder;
- de bevordering van deelname aan kansspelen;
- het werven van nieuwe deelnemers;
- het informeren van bestaande deelnemers;

- televisieprogramma's waaraan kansspelaanbieders of directe beneficianten zijn verbonden;
- sponsoractiviteiten van kansspelaanbieders 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

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 3

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

Artikel 4

Kansspelaanbieders richten directe reclame zoals mailings, digitale en andere nieuwsbrieven etc. niet aan minderjarigen

Artikel 5

Kansspelaanbieders zorgen er voor dat persoonsregistraties welke voor direct-marketing doeleinden worden ingezet, zijn geschoond van consumenten aangemeld bij de Stichting Infofilter.

Toelichting

Om rekening te kunnen houden met de individuele wensen van de consument is het zogeheten *Infofilter* ontwikkeld. De Stichting Infofilter is een zelfregulerings initiatief van de Direct Marketing branche. Infofilter is het centrale meldpunt waar consumenten zich kunnen verzetten tegen commerciële informatie van adverteerders. Het voordeel voor de consument is dat op één centrale plaats de wensen worden vastgelegd om commerciële informatie tegen te gaan, hetgeen dan met één melding wordt voorkomen. Er zijn ruime mogelijkheden voor consumenten om zich te melden: op internet www.infofilter.nl, met de telefoon 0900-666 1000 en per post Antwoordnummer 666.

Infofilter bevat blokkadebestanden voor consumenten die zich verweren tegen commerciële communicatie via post (direct mail) of telefoon (spraak, vaste of mobiele telefoonaansluiting) en tegen telefonisch marktonderzoek. Daarnaast biedt de Stichting het zogeheten Infofilter Overledene blokkadebestand, dat commerciële aanbiedingen per post voorkomt gericht aan een overledene.

Artikel 6

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

Artikel 7

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.

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 Justitie en de SER.

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)

Algemene Bepaling

Reclame voor kansspelen die worden aangeboden door vergunninghouders ingevolge de Wet op de kansspelen is, onverminderd hetgeen verder in het algemene gedeelte van de Reclame Code is bepaald, onderworpen aan de volgende Bijzondere Reclame Code.

Deze code is onverkort van toepassing op reclame voor kansspelen georganiseerd door of in opdracht van beneficianten.

Toelichting

Ondertekenaars van de Reclamecode voor Kansspelen zijn de landelijke vergunninghouders van kansspelen en de particuliere aanbieders van speelautomaten in Nederland (verenigd in de VAN). De Reclamecode voor Kansspelen is van toepassing op iedere vorm van openbare aanprijzing, ten doel en/of ten gevolge hebbende:

- het vergroten van de (naams)bekendheid van kansspelaanbieders;
- de bevordering van deelname aan kansspelen als bedoeld in de Wet op de kansspelen en het Speelautomatenbesluit.

I. Begripsbepalingen

Deze Code verstaat onder:

Beneficiant: (mede)begunstigde van de opbrengst van een kansspel.

Kansspel: een gelegenheid 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.

II. Inhoud van reclame

Artikel II.1

Reclame voor kansspelen mag alleen gericht zijn op een verantwoorde deelname aan en het wekken van interesse voor het aangeboden kansspel;

Reclame voor kansspelen mag niet aansporen tot onmatige deelname, noch mag onmatige deelname tot voorbeeld worden gesteld of worden gebagatelliseerd.

Artikel II.2

Reclame voor kansspelen mag niet de indruk wekken dat de deelname aan kansspelen niet tot ongewenste gevolgen kan leiden.

Artikel II.3

Reclame voor kansspelen mag niet misleidend zijn, met name niet met betrekking tot

- de eigenschappen van of kansen op het winnen van een prijs bij de aangeboden kansspelen;
- de door de deelnemer eventueel aan te gane verbintenis.

Artikel II.4

Reclame voor kansspelen mag niet appelleren aan winstbejag door de mogelijkheid veel geld te winnen voor te stellen als oplossing voor financiële of sociale problemen;

Artikel II.5

In reclame voor kansspelen mag niet de suggestie worden gewekt dat prijswinnaars verplicht zijn tot het verlenen van medewerking aan werving, reclame en radio- en/of televisieopnamen.

Toelichting

Prijswinnaars zijn niet verplicht medewerking te verlenen aan reclame. Prijswinnaars kan worden gevraagd medewerking te verlenen aan werving, reclame en radio- en/of televisieopnamen. Verleende toestemming wordt schriftelijk in een overeenkomst vastgelegd en is tot een in de overeenkomst aangegeven moment herroepbaar.

Artikel II.6

Reclame voor kansspelen gericht aan deelnemers die toestemming hebben gegeven voor girale of bancaire incasso, mag geen aanbod betreffende uitbreiding van het aantal trekkingen in combinatie met een inlegverhoging bevatten dat zij geacht worden stilzwijgend te accepteren, tenzij zij te kennen geven van het aanbod geen gebruik te willen maken.

Toelichting

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 II.7

Onverminderd wat hierover in de Nederlandse Reclame Code is vermeld dient in reclame voor kansspelen duidelijk te worden vermeld waar informatie kan worden verkregen en kan worden nagezien ten aanzien van:

- verantwoorde deelname aan kansspelen en over mogelijkheden voor hulpverlening met betrekking tot kansspelverslaving;
- waarborgen van de anonimiteit van prijswinnaars, indien zij daarom verzoeken;
- de wijze waarop winnaars van grote prijzen zich van onafhankelijk advies over financiële en juridische aangelegenheden kunnen voorzien;
- het spelverloop, de winkansen, de winstbepaling, de eventuele inhouding van kansspelbelasting en de wijze waarop deelname aan het kansspel kan worden beëindigd;
- de tenminste een maand van tevoren te verwachten berichtgeving aan deelnemers die toestemming hebben gegeven voor girale of bancaire incasso, inzake prijsverhogingen of andere wijzigingen in de spelvoorwaarden;
- hoe deelnemers aan kansspelen die toestemming hebben gegeven voor girale of bancaire incasso duidelijke en zichtbare informatie krijgen, over hoe te

- handelen indien zij niet akkoord wensen te gaan met een uitbreiding van het aantal trekkingen;
- de omvang en de bestemming van de opbrengsten van de kansspelen. Dit punt is niet van toepassing op exploitanten van kansspelautomaten.

Toelichting

Kansspelaanbieders kunnen volstaan met een verwijzing in hun reclame-uitingen naar de eigen website, waarop de in dit artikel bedoelde informatie te vinden is. Particuliere exploitanten van kansspelautomaten, die voor eigen rekening werken, zijn vrijgesteld van de verplichting om de omvang en bestemming van de opbrengsten te verantwoorden tegenover de consument.

III. Kwetsbare groepen

Artikel III.1

Er zal geen reclame voor kansspelen worden gemaakt specifiek gericht op minderjarigen, op personen waarvoor een geregistreerd entreeverbod c.q. deelnameverbod geldt of op andere kwetsbare groepen.

Artikel III.2

In reclame voor kansspelen mogen in principe geen personen die jonger zijn of lijken dan 18 jaar worden afgebeeld.

Toelichting

Minderjarigen mogen wettelijk niet deelnemen aan kansspelen en moeten daarom niet in reclame voor kansspelen worden afgebeeld. Wat niet altijd is te voorkomen, is dat bij spontane opnamen van prijswinnaars ook minderjarigen uit hun omgeving in beeld komen. Voor diverse kleinere loterijen zoals die van Scouting Nederland, Jantje Beton en de Grote Clubactie worden door minderjarigen loten verkocht voor hun organisatie, school, club of vereniging. Deze minderjarigen mogen in beeld worden gebracht. De wijze waarop deze minderjarigen in beeld worden gebracht mag evenwel nooit aanzetten tot deelname aan het kansspel door minderjarigen zelf.

Artikel III.3

Er zullen geen commercials voor kansspelen worden uitgezonden op televisie tot 19.00 uur.

Toelichting

Kansspelaanbieders zullen in hun inkoopcontracten van tv-commercials de zendtijd vóór 19.00 uur uitsluiten.

Artikel III.4

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.);

Artikel III.5

Reclame voor kansspelen is niet toegestaan op billboards, swanks,abri's en mupi's die zijn geplaatst in het zicht van opleidingsinstituten die in hoofdzaak door minderjarigen worden bezocht.

Toelichting

Kansspelaanbieders zullen in hun contracten met exploitanten van buitenreclame dergelijke locaties uitsluiten. Is deze reclame geplaatst nabij een terrein waarop incidenteel een evenement plaatsvindt voor minderjarigen, dan hoeft de reclame niet te worden verwijderd.

Artikel III.6

Reclame voor kansspelen verspreid door middel van directe reclame (mailings, digitale en andere nieuwsbrieven etc.) mag niet worden gericht aan minderjarigen of personen waarvoor een geregistreerd entreeverbod c.q. deelnameverbod geldt;

Artikel III.7

Er zal geen sampling plaatsvinden aan minderjarigen of op bijeenkomsten die hoofdzakelijk of uitsluitend door minderjarigen worden bezocht.

IV. Sponsoring

Artikel IV.1

Sponsoractiviteiten door kansspelaanbieders zijn toegestaan met inachtneming van hetgeen in deze code is bepaald.

Artikel IV.2

Het is kansspelaanbieders verboden activiteiten van derden of radio- en/of televisieprogramma's te sponsoren 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.

V. Inwerkingtreding

Artikel V.1

Deze Code is in werking getreden op 15 februari 2006 en zal na twee jaar worden geëvalueerd en zonodig worden bijgesteld.

Door de inwerkingtreding van deze Code vervalt de Reclamecode Casinospelen en Kansspelautomaten (RCK).

=====