

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 1611

Vragen van het lid **Van der Graaf** (ChristenUnie) aan de Minister voor Rechtsbescherming over *het bericht «Zorgen om gokkende jeugd: «Toto zoekt rand op»»* (ingezonden 7 januari 2021).

Antwoord van Minister **Dekker** (Rechtsbescherming) (ontvangen 9 februari 2021). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2020–2021, nr. 1478.

#### Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Zorgen om gokkende jeugd: «Toto zoekt rand op»»?<sup>1</sup>

#### Antwoord 1

Ja.

#### Vraag 2 en 3

Vindt u het een overheidstaak om mensen aan te zetten tot gokken? Zo nee, waarom doet een staatsdeelneming dit?

Is inzichtelijk hoeveel nieuwe gokkers Toto met zijn campagnes bereikt? Zo nee, hoe kan dan met zekerheid worden gezegd dat de reclames van Toto alleen een kanaliserende werking hebben?

#### Antwoord 2 en 3

Zie het antwoord op vraag 7.

#### Vraag 4

Wat is uw reactie op de uitspraak van de verslavingsexpert in het artikel dat ook de huidige Toto reclame zich expliciet richt op jongeren door het gebruik van specifieke taal die jongeren aanspreekt?

#### Antwoord 4

Het is niet aan mij om te reageren op de uitspraak van de verslavingsexpert. Het is aan de Kansspelautoriteit om toe te zien op naleving van de reclameregels, indien nodig gaat zij over tot handhaving.

<sup>1</sup> De Telegraaf, 9 november 2020, «Zorgen om gokkende jeugd: «Toto zoekt rand op»», <https://www.telegraaf.nl/nieuws/1097307351/zorgen-om-gokkende-jeugd-toto-zoekt-rand-op>

#### Vraag 5

Vindt u het een overheidstaak om kwetsbare jongeren aan te sporen bij de Toto te gaan gokken?

#### Antwoord 5

Zie het antwoord op vraag 7.

#### Vraag 6

Kunt u aantonen en uitsluiten dat de Toto reclame zich niet richt op jongeren onder de 24 jaar? Heeft de Toto hier onderzoek naar laten verrichten? Zo nee, waarom niet? Zo ja, bent u bereid de Kamer inzage te geven in dit onderzoek? Zo nee, waarom niet?

#### Antwoord 6

Zie het antwoord op vraag 7.

#### Vraag 7

Hoeveel geld besteedt de Toto aan reclame? Hoeveel geld besteedt de Nederlandse Loterij als geheel aan reclame? Wat vindt de regering proportioneel om aan reclames uit te geven?

#### Antwoord 2, 3, 5, 6 en 7

Uitgangspunt van regulering van wervings- en reclameactiviteiten voor kansspelen is dat hieraan voldoende ruimte moet worden geboden om de consument te wijzen op het legale, betrouwbare en beschermde aanbod om zo spelers te kanaliseren van illegaal aanbod naar legaal en veilig aanbod. Met het oog op het voorkomen van kansspelverslaving en het beschermen van consumenten verbind ik strenge voorwaarden aan kansspelreclame. Zo is het vergunninghouders verboden hun reclame te richten op maatschappelijk kwetsbare groepen. Hieronder vallen, naast jongvolwassenen, ook spelers die kenmerken van risicovol spelgedrag vertonen en probleemspelers.<sup>2</sup> Het is evenwel niet uitgesloten en ook niet uit te sluiten dat ongerichte reclame maatschappelijk kwetsbare groepen bereikt. De regels voor het maken van kansspelreclame gelden ook voor staatsdeelnemingen. Dus ook voor Nederlandse Loterij. De Kansspelautoriteit ziet toe op naleving van het reclamebeleid en handhaaft indien nodig.

Lotto B.V. (onderdeel van Nederlandse Loterij) is momenteel de enige legale aanbieder van (e-commerce) sportprijsvragen. Lotto B.V. blijft dit tot de opening van de markt van kansspelen op afstand. Echter kent het internet geen landgrenzen en er is massaal illegaal aanbod van en deelname aan illegale online kansspelen.<sup>3</sup> Gegeven deze omstandigheden is reclame voor (e-commerce) sportprijsvragen noodzakelijk om de (kennelijke) spelersvraag te wijzen op het legale aanbod.

Uit het jaarverslag van Nederlandse Loterij maak ik op dat in het jaar 2019 51.233.000 euro uit is gegeven aan marketing. Onder marketing wordt onder andere reclame en uitingen verstaan. In het jaar 2018 bedroeg deze post 57.704.000 euro.<sup>4</sup> Een uitsplitsing van marketingkosten naar type kansspel is op basis van dit jaarverslag niet mogelijk.

Lotto B.V. heeft mij laten weten dat alle reclame-uitingen, voordat deze worden gelanceerd, onderworpen worden aan een marktonderzoek waarin het campagne-concept wordt onderzocht onder een representatieve doelgroep van 24+ om te borgen dat deze doelgroep wordt bereikt. Daarnaast doet Lotto B.V. op bijvoorbeeld *social media* onderzoek naar de achterban van de door haar ingezette personen om er zeker van te zijn dat deze overwegend uit 24+ bestaat. Het is aan Lotto B.V. of ze de onderzoeksresultaten openbaar wil maken.

#### Vraag 8

Kunt u een inzicht geven in de maatschappelijke kosten die gepaard gaan met gokverslaving?

<sup>2</sup> Artikel 2, derde lid, Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen.

<sup>3</sup> Marktscan landgebonden kansspelen 2020, p. 52.

<sup>4</sup> jaarverslagnederlandseloterij.nl.

#### Antwoord 8

Het is niet mogelijk om de maatschappelijke kosten van kansspeleravering eenduidig in beeld te brengen. Dit komt onder andere omdat er geen recente cijfers zijn van het aantal mensen met een kansspeleravering in behandeling in de verslavingszorg.

Instellingen voor verslavingszorg en de verslavingsreclassering leveren jaarlijks informatie over de cliëntpopulatie en de behandeling daarvan aan Stichting Informatievoorziening Zorg. Deze Stichting verwerkt deze gegevens vervolgens in het Landelijk Alcohol en Drugs Informatie Systeem. Dit systeem is momenteel niet operationeel. Op dit moment kunnen de gegevens niet worden verwerkt omdat er een wettelijke grondslag voor de gegevensuitwisseling ontbreekt. Hierdoor zijn momenteel geen gegevens beschikbaar van na 2015. Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport werkt aan een wetwijziging om de benodigde wettelijke grondslag op te nemen. Naar verwachting is het systeem weer operationeel rond de tweede helft van dit jaar en komen de cijfers met terugwerkende kracht vanaf 2015 beschikbaar. Daarmee zullen ook actuele behandelcijfers ten aanzien van kansspeleravering beschikbaar zijn. Deze cijfers gaan over het aantal mensen in behandeling en geven evenwel geen direct inzicht in de totale maatschappelijke lasten van kansspeleravering.

#### Vraag 9

Deelt u de opvatting dat, conform artikel 6.2 B van het ontwerpbesluit Wet kansspelen op afstand, reclames zich niet mogen richten op jongeren van 24 jaar of jonger?

#### Antwoord 9

Zie het antwoord op vraag 11.

#### Vraag 10

Wanneer treedt dit onderdeel van het ontwerpbesluit in werking?

#### Antwoord 10

Zie het antwoord op vraag 11.

#### Vraag 11

Bent u bereid dit onderdeel van het ontwerpbesluit, conform artikel 7.2, per direct in werking te laten treden? Zo nee, waarom niet?

#### Antwoord 9, 10 en 11

Ik deel met u de opvatting dat wervings- en reclameactiviteiten beperkt moeten worden om minderjarigen en jongvolwassenen te beschermen. Vergunninghouders mogen daarom hun reclame niet richten op minderjarigen.<sup>5</sup> Voor vergunninghouders die risicovolle kansspelen aanbieden geldt bovendien al dat ze hun wervings- en reclameactiviteiten niet mogen richten op jongvolwassenen.<sup>6</sup> Eerdere inwerkingtreding van artikel 6.2, onderdeel B van het ontwerpbesluit kansspelen op afstand is dus niet nodig.

#### Vraag 12

Deelt u de opvatting van verslavingsdeskundigen dat niet alleen de in een reclame functionerende persoon, maar ook gebruikte muziek, teksten en algehele sfeer van een reclame-uiting bepalend is of deze wel of niet aansprekend is voor jongeren? Bent u het ermee eens dat dit hier het geval is?

#### Antwoord 12

Ik kan me voorstellen dat meerdere factoren, naast bijvoorbeeld het gebruik van een rolmodel voor wervings- en reclamedoeleinden, een rol kunnen spelen bij de beoordeling van de vraag of reclame is gericht op minderjarigen of volwassenen. Het is aan de Kansspelautoriteit om te beoordelen of er sprake is van reclame gericht op minderjarigen of jongvolwassenen. Zij houdt toezicht op de kansspelmarkt.

<sup>5</sup> Artikel 2, derde lid, Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen.

<sup>6</sup> Artikel 2, vierde lid, Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen.

#### Vraag 13

Kunt u bevestigen dat momenteel, conform de per 1 november 2020 van kracht gegane gewijzigde Mediawet, geen gokreclames worden uitgezonden voor 21:00 uur 's avonds?

#### Antwoord 13

De bepalingen over kansspelreclame in de Mediawet 2008 zijn op 1 november 2020 in werking getreden. Voor risicovolle kansspelen waarvoor op grond van de Wet op de kansspelen een vergunning is vereist, geldt dat het verboden is om hiervoor reclame uit te zenden op televisie tussen 06:00 en 21:00 uur. Voor overige kansspelen waarvoor op grond van de Wet op de kansspelen een vergunning is vereist, geldt dit verbod tussen 06:00 en 19:00 uur. Deze norm is zo veel als mogelijk van overeenkomstige toepassing op het overige media-aanbod van de publieke mediadiensten. Het Commissariaat voor de Media laat mij weten dat het geen signalen heeft ontvangen dat voorgenoemde regel niet wordt nageleefd. Het oefent in verband met het censuurverbod geen voorafgaand toezicht uit op de inhoud van media-aanbod, waaronder reclame. Dit toezicht vindt altijd achteraf plaats. Het Commissariaat monitort steekproefsgewijs alleen vanuit Nederland uitgezonden kanalen. Daarnaast neemt het Commissariaat signalen van bijvoorbeeld belangenorganisaties of consumenten mee in zijn toezicht.

#### Vraag 14

Kunt u aangeven waarom gokpartijen en de Kansspelautoriteit in de communicatie gebruik maakt van de term «verantwoord spelen» als het gaat om het voorkomen van gokverslaving? Wat wordt bedoeld met «verantwoord spelen»? Wordt niet eigenlijk bedoeld «voorkomen van gokverslaving»?<sup>7</sup>

#### Antwoord 14

Zie het antwoord op vraag 15.

#### Vraag 15

Waarom gaat de Kansspelautoriteit mee in het eufemistische taalgebruik van gokpartijen?

#### Antwoord 14 en 15

Aan deelname aan kansspelen zijn risico's verbonden, bijvoorbeeld het risico op kansspelverslaving. Doel van regulering van kansspelen is niet om deelname aan kansspelen te ontmoedigen maar om risico's die gepaard (kunnen) gaan met deelname aan kansspelen te mitigeren zodat spelers verantwoord kunnen (blijven) deelnemen aan kansspelen. «Verantwoord spelen» is breder dan «het voorkomen van kansspelverslaving». Onder «verantwoord spelen» wordt onder andere ook verstaan dat de speler in staat wordt gesteld een geïnformeerde keuze te maken om bijvoorbeeld wel of niet aan een bepaald kansspel deel te nemen of dat hij zijn eigen speellimiet kan instellen.

#### Vraag 16

Bent u bereid in gesprek te gaan met ervarings- en verslavingsdeskundigen om taal en communicatie op het gebied van kansspelpreventie niet aan te laten sluiten op wat de markt wil, maar op wat het beste werkt in het voorkomen van kansspelverslavingen?

#### Antwoord 16

In de Kamerbrief beheer staatsdeelnemingen is de Staatssecretaris van Fiscaliteit & Belastingdienst ingegaan op de ontwikkelingen op het terrein van kansspelen en ook, meer specifiek, op de uitvoering van de motie Ronnes.<sup>8</sup> Hierin heeft hij aangeven dit thema periodiek met de staatsdeelnemingen te bespreken en hen opgeroepen een voorbeeldrol te vervullen inzake het uitdragen van het belang van verantwoord aanbieden. Ook doet hij een blijvend beroep op de maatschappelijke rol van beide organisaties.

<sup>7</sup> Kansspelautoriteit, 19 oktober 2020, «Consultatie «Beleidsregels verantwoord spelen»», <https://kansspelautoriteit.nl/nieuws/2020/oktober/consultatie/>

<sup>8</sup> Kamerstuk 28 165, nr. 327.

In aanvulling hierop heeft de Staatssecretaris van Fiscaliteit & Belastingdienst in het Algemeen Overleg Staatdeelnemingen van 3 februari jl. aan de Kamer toegezegd nogmaals met Nederlandse Loterij in gesprek te gaan over de Koning TOTO-reclames. Over de uitkomsten van dat gesprek zal de Kamer door de Staatssecretaris van Fiscaliteit & Belastingdienst worden geïnformeerd.