

Substitutie tussen online en offline kansspelen

Eindrapportage

Peter Wilms
Iris Blankers
Karlien Douma

Onderzoek in opdracht van WODC

© Aarts De Jong Wilms Goudriaan Public Economics bv (APE)

Den Haag, januari 2012

Substitutie tussen online en offline kansspelen en loterijen

P.J.M. Wilms, I. Blankers, K. Douma

Ape rapport nr. 03-937

© 2011 **A**arts De Jong Wilms Goudriaan **P**ublic **E**conomics bv (APE)

Website: www.ape.nl

Omslag: Brordus Bunder, Amsterdam

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt via druk, fotokopie of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming.

INHOUD

1	VRAAGSTELLING EN AANPAK	3
2	KANSSPELMARKT	7
2.1	Inleiding	7
2.2	Kansspelen en regelgeving	7
2.2.1	Introductie en definities	7
2.2.2	Offline markt	8
2.2.3	Online markt	15
2.3	Marktomvang	16
2.3.1	Legale offline markt	16
2.3.2	Illegale offline markt	17
2.3.3	Legale online markt	18
2.3.4	Illegale online markt	19
2.4	Klantprofielen	19
2.4.1	Online spelen	19
2.4.2	Offline spelen	21
2.4.3	Overlap in deelnemers offline en online	24
2.5	Conclusies	26
3	SUBSTITUTIE	27
3.1	Onderzoek op Nederlandse markt	27
3.1.1	Substitutie tussen online en offline kansspelmarkt	27
3.1.2	Substitutie tussen loterijen	29
3.2	Onderzoek op buitenlandse markten	32
3.2.1	Substitutie tussen offline loterijen	32
3.2.2	Substitutie tussen loterijen en andere kansspelen	32
3.3	Conclusies	35
4	EMPIRISCH ONDERZOEK	37
4.1	Inleiding	37
4.2	Ontwikkeling op de Nederlandse offline kansspelmarkt	38
4.3	Onderzoek naar samenhang	40
4.4	Conclusies	42
5	SYNTHESE	43
	BIJLAGE 1 LIJST VAN RESPONDENTEN	45
	BIJLAGE 2 BEGRIPPENLIJST	46

1 VRAAGSTELLING EN AANPAK

De Staatssecretaris voor Veiligheid en Justitie heeft het voornemen om een minder terughoudend beleid te voeren inzake kansspelen. In de beleidsvisie kansspelen worden de contouren van de modernisering van het kansspelbeleid geschetst. Een van de elementen van de modernisering is het voorstel vergunningen te verlenen aan aanbieders van online kansspelen, mits deze aan vooraf gestelde voorwaarden voldoen¹. De regulering van de online spelen zal niet alleen poker omvatten, zoals de Adviescommissie Kansspelen via Internet heeft voorgesteld, maar ook andere spelvormen (zoals andere casinospelen, bingo en sportwedenschappen). De vergunningen voor internetkansspelen en loterijen zullen conform afspraken in het regeerakkoord vanaf 2012 ten minste € 10 mln. aan (structurele) inkomsten moeten opbrengen.

De loterijen, in het bijzonder de goede doelen loterijen verenigd in de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V. (Nationale Postcode Loterij, Bankgiroloterij, VriendenLoterij) en De Lotto claimen dat bij een uitbreiding van de regulering tot de online markt een terugloop van hun inkomsten zal optreden en bijgevolg een vermindering van de afdrachten aan goede doelen en sport. Toenemende concurrentie van online aanbieders zal de geldstromen verleggen van de traditionele vergunninghouders naar de online aanbieders, zo is de stelling van deze loterijen.

Tegen deze achtergrond heeft het ministerie van Veiligheid en Justitie behoefte aan (meer wetenschappelijk gefundeerde) inzichten in de aard en omvang van mogelijke substitutie-effecten tussen traditionele kansspelen en internetspelen. Het WODC heeft aan APE gevraagd een beknopt onderzoek uit te voeren. De volgende vragen zijn hierbij voorgelegd:

- *Wat is onderscheidend aan beide markten en wat overlapt (kenmerken spelers, inzetten, aanbod, etc.)?*
- *Welke assumpties kunnen er gemaakt worden over de elasticiteit tussen beide markten, en binnen welke bandbreedte zijn deze uitkomsten betrouwbaar?*
- *Wat zijn de te verwachten effecten op de omzet van de loterijen, en binnen welke bandbreedte zijn deze uitkomsten betrouwbaar?*

¹ Ministerie van Veiligheid en Justitie, Beleidsvisie kansspelen, 19 maart 2011.

Voor de beantwoording van de onderzoeksvragen wordt een literatuur- en documentenonderzoek uitgevoerd evenals secundaire analyses op bestaand (empirisch) materiaal. Daarnaast is een reeks gesprekken gevoerd met aanbieders van kansspelen en loterijen en met vertegenwoordigers van goede doelen. Die gesprekken waren vooral gericht op verduidelijking en onderbouwing van de standpunten van onze gesprekspartners inzake regulering van de online kansspelmarkt. Met name is in de gesprekken in gegaan op de verwachtingen, percepties en ervaringen met substitutie binnen de kansspelmarkt. Daarbij is zowel de substitutie op de bestaande markt als de mogelijke substitutie tussen online en offline markt bij modernisering van het kansspelbeleid, aan de orde gekomen.

Op basis van bovenstaande acties, waarbij gebruik wordt gemaakt van een combinatie van verschillende methoden en bronnen, wordt nagegaan of een inschatting kan worden gemaakt van de mogelijke substitutie-effecten tussen en binnen Nederlandse deelmarkten van kansspelen. Tevens zullen mogelijk witte vlekken worden gesignaleerd in kennis en zal indien nodig worden aangegeven op welke aspecten nader onderzoek wenselijk is om tot meer betrouwbare uitspraken te komen.

Een groot gedeelte van deze rapportage is gebaseerd op analyse van bestaande (internationale) literatuur. Uit onze zoektocht blijkt dat er nog geen onderzoek is gepubliceerd waarin op een wetenschappelijk verantwoorde wijze een inschatting is gegeven van de substitutie tussen online en offline kansspelen/loterijen. Pas recentelijk heeft een beperkt aantal landen de online markt gereguleerd. Bovendien is de vormgeving van de regulering zeer uiteenlopend tussen de verschillende landen. Gezien het recente karakter hiervan, is er ook in deze landen nog geen gedegen onderzoek gedaan naar de ervaringen hiermee. De zeer geringe ex-ante onderzoeken welke gebaseerd zijn op vragenlijsten van respondenten, laten een grote variëteit, en hiermee ook onzekerheid, zien.

Vanwege de beperkte hoeveelheid literatuur en beschikbare data over substitutie tussen offline kansspelen en online kansspelen, wordt daarom ook in bredere zin gekeken naar substitutie effecten op de kansspelmarkt. Zo kijken we ook naar substitutie effecten tussen offline kansspelen onderling en specifiek tussen offline loterijen.

Voorliggend onderzoek richt zich met name op:

- een beschrijving van de gehele kansspelmarkt. Daarbij wordt aandacht besteed aan de beschikbare spelvormen, de relevante kenmerken, de relevante doelgroepen, het aantal spelers, de omzet en de winst;

- beschrijving van buitenlandse studies naar substitutie-effecten;
- analyse van reeds uitgevoerde onderzoeken die betrekking hebben op de Nederlandse situatie.

In hoofdstuk 2 richten wij ons op een beschrijving van de markt en zijn spelers. Is er een verschil in klantprofielen tussen offline en online spelers? Is er een verschil in klantprofielen tussen deelnemers aan (goede doelen) loterijen en kansspelen? We richten ons hierbij waar mogelijk op Nederlands onderzoek. Dit hoofdstuk geldt als beantwoording van de eerstgenoemde onderzoeksvraag.

In hoofdstuk 3 bespreken wij literatuur die raakt aan het substitutievraagstuk tussen kansspelen. Hierbij staat de internationale literatuur centraal.

Ten slotte hebben we de ontwikkeling op de kansspelmarkt in kaart gebracht door middel van een kwantitatieve analyse van Nederlandse gegevens in hoofdstuk 4.

Hoofdstuk 5 vat de conclusies van het onderzoek samen.

2 KANSSPELMARKT

2.1 Inleiding

Alvorens iets te kunnen zeggen over mogelijke substitutie, is het van belang te weten hoe de huidige kansspelmarkt eruit ziet, zowel offline als online. De hypothese is dat onderscheidende en overlappende aspecten een indicatie geven voor (mogelijke) substitutie tussen de offline en online kansspelmarkt.

Dit hoofdstuk brengt kenmerken in kaart van de kansspelmarkt en van de spelers. In paragraaf 2.2 geven we een omschrijving van de verschillende kansspelen. Paragraaf 2.3 geeft inzicht in de omvang van de Nederlandse markt en de diverse aanbieders van de verschillende kansspelen. Daarna richten wij ons op de deelnemers. Hoeveel mensen spelen een kansspel, hoe vaak en waarom? In paragraaf 2.4 trachten we deze vragen te beantwoorden.

Aangezien de directe aanleiding van voorliggend onderzoek de bewering is dat online regulering ten kostte zal gaan van de afdracht van loterijen naar goede doelen, leggen we bij de beschrijving van de kansspelmarkt het accent op loterijen en hun deelnemers.

2.2 Kansspelen en regelgeving

2.2.1 Introductie en definities

Op de kansspelmarkt kan een onderscheid worden gemaakt tussen online kansspelen en offline spelen. Het spreekt voor zich dat met online kansspelen alle spelen bedoeld worden die via het internet worden gespeeld en met offline de overige spelen. Online kansspelen worden ook wel aangeduid met de term *remote kansspelen*².

Ten tweede is er een onderscheid tussen long-odds en short-odds. Bij short-odds spelen ziet de deelnemer vrijwel direct de uitslag, zoals bij roulette. Bij long-odds spelen daarentegen moet men wachten tot de uitslag bekend is. Een voorbeeld hiervan zijn de meeste loterijen (behalve instant-loterijen).

² Zie bijv. STIOG Position Paper, *Regulering remote kansspelen*.

Binnen de online markt, wordt verder onderscheid gemaakt tussen e-commerce en e-gaming:

- *E-commerce* is het gebruik van internet als een alternatief verkoopkanaal voor een bestaand kansspel waarvoor reeds een vergunning is afgegeven. Zo is bijvoorbeeld het verkopen van loten van de Lotto via de website van de Lotto middels een vergunning geregeld. Een aanbieder die online zonder vergunning³ kansspelen verkoopt, valt niet onder de Wet op de Kansspelen en is daarmee een illegale aanbieder.
- *E-gaming* zijn interactieve spellen, die daadwerkelijk via internet worden gespeeld (Adviescommissie Kansspelen via Internet, 2010).

De *omzet* van een kansspelaanbieder is gelijk aan de totale inleg. De *netto-opbrengst* van een aanbieder is de winst i.e., de omzet verminderd met uitgekeerde prijzen en kosten.

Het *uitkeringspercentage* is het percentage van de omzet dat wordt uitgekeerd aan prijzen. Prijzen kunnen hierbij zowel geldprijzen zijn als producten. Bij prijzen met een waarde van meer dan € 454, wordt door de aanbieder kansspelbelasting ingehouden op de prijs.

Het *afdrachtpercentage* is het percentage van de omzet dat wordt afgedragen aan goede doelen.

De *brutospelopbrengst* is de opbrengst, vanuit de aanbieder gezien, van een spel. Het is de omzet behaald met een spel, verminderd met het uitgekeerde prijzengeld.

Een overzicht van definities is terug te vinden in bijlage II.

2.2.2 Offline markt

Binnen de offline markt kunnen we onderscheid maken tussen loterijen, instantloterijen, kleine kansspelen, sportweddenschappen en casinospelen. Onder casinospelen vallen kaartspelen, roulette en speelautomaten. Hoewel ze casinospel genoemd worden, staan speelautomaten niet uitsluitend in het casino. Men vindt ze ook in horecagelegenheden en speelhallen. Promotieele kansspelen worden in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten⁴. Kansspelen kunnen zowel legaal als illegaal worden gespeeld.

³ Of impliciete toestemming d.m.v. goedkeuring van het deelnemersreglement, zoals de Staatsloterij (Adviescommissie Kansspelen via Internet, 2010). Zie ook paragraaf 3.1.3.

⁴ Promotieele kansspelen zijn kansspelen die worden aangeboden ter promotie van een organisatie, product of dienst. Op grond van de Gedragscode Promotieele Kansspelen is het onder voorwaarden toegestaan zonder vergunning

Loterijen vallen uiteen in loterijen met een afdracht naar goede doelen en de Staatsloterij (de enige legale Nederlandse loterij zonder afdracht aan goede doelen). Een schematisch overzicht van de, voor dit onderzoek, meest relevante kenmerken van de grootste Nederlandse loterijen, is te vinden in tabel 2-2.

In de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V. zijn drie goede doelen verenigd. Het betreft de Nationale Postcode Loterij, de Bankgiroloterij en de Vriendenloterij. Deze drie *goede doelen loterijen* dragen 50% van hun omzet af aan goede doelen, wat ook het vereiste wettelijke minimum is voor deze loterijen. Ongeveer 30% van hun omzet wordt uitgekeerd aan prijzen (uitkeringspercentage). De overige 20% van de omzet wordt gebruikt om de kosten te dekken. Deze drie goede doelen loterijen werken vrijwel uitsluitend⁵ op basis van abonnementen. Ongeveer 40% van deze abonnementen wordt online afgesloten, in dit percentage zit een licht stijgende tendens.⁶ Hieronder worden deze loterijen kort besproken.

De *Nationale Postcode Loterij* is veruit de grootste van deze drie goede doelen loterijen, met een omzet van € 540,6 mln. in 2010.⁷ De helft van de omzet van deze loterij komt ten gunste van goede doelen die zich richten op mens en natuur. Naar schatting zijn er 2,3 mln. huishoudens met een abonnement, welke gemiddeld met 1,7 lot meespelen. Het merendeel van de deelnemers speelt voor langere tijd mee: tussen de 80% en 90% van de deelnemers beweegt niet binnen een periode van 12 maanden. Er zijn 14 trekkingen per jaar. De prijs valt dan in een postcodegebied en wordt verdeeld onder degenen die meespelen en in dit gebied wonen. Van de drie goede doelen loterijen heeft de Nationale Postcode Loterij ook de grootste te winnen prijzen: de hoofdprijzen en jackpot lopen op tot € 50 mln. per postcodegebied⁸. Het maximaal te winnen bedrag per lot is echter kleiner en hangt af van hoeveel huishoudens er mee spelen in het postcodegebied.

De helft van de omzet van de *Bankgiroloterij* komt ten gunste van de goede doelen met een focus op cultureel erfgoed. De omzet van deze loterij bedroeg in 2010 € 119,5 mln., een factor 4,5 lager dan de omzet van de Nationale Postcode Loterij. Het aantal deelnemers is dan ook fors kleiner; er worden naar schatting 12 mln. loten verkocht jaarlijks, verdeeld over

promotionele kansspelen aan te bieden. Sms- en belspelletjes vallen ook onder promotionele kansspelen.

⁵ In 2009 en 2010 was er een kleine pilot met losse loten verkoop.

⁶ Bron: Goede doelen loterijen.

⁷ Jaarverslag College van Toezicht op Kansspelen 2010.

⁸ Eindejaarskanjer december 2012.

veertien trekkingen.⁹ Het deelnemersbestand is ook minder vast dan dat van de Nationale Postcode Loterij; tussen de 40% en 50% van de abonnees zegt binnen een jaar op. De Bankgiroloterij heeft hoofdprijzen van maximaal € 1 mln. per trekking. De jackpot ligt hier qua grootte onder. Het rekeningnummer van deelnemers is tevens hun lotnummer.

De *Vriendenloterij*, voorheen Sponsor Bingo Loterij, is de kleinste van de drie goede doelen loterijen. De omzet van deze loterij bedroeg in 2010 € 89,9 mln., welke voor de helft ten gunste kwam van goede doelen in de sector gezondheid en welzijn. Jaarlijkse worden ongeveer 9 mln. loten verkocht, verdeeld over de veertien trekkingen. Abonneehouders kunnen bij deze trekkingen met name producten winnen. Daarnaast spelen ze automatisch mee met de wekelijkse bingo, waarbij de hoofdprijs iedere week € 1 mln. bedraagt. Deze loterij heeft, in tegenstelling tot de andere twee goede doelen loterijen, geen jackpot. Deelnemers spelen mee met hun mobiele telefoonnummer.

Vijf andere partijen¹⁰ organiseren goede doelen loterijen en zijn verenigd in stichting Samenwerkende non-profit loterijen (SNL). Stichting KWF kankerbestrijding organiseert deze loterij vier keer per jaar. De grote clubactie organiseert onder de naam 'SupportActie' ook een vierjaarlijkse loterij. De Grote Clubactie zelf vindt een keer per jaar plaats en ook de overige drie partijen organiseren een jaarlijkse loterij. De afdrachtspercentages bij deze vijf goede doelen loterijen kennen variatie¹¹, maar zijn alle ten minste 50% van de omzet. Bij deze loterijen worden relatief veel producten weggegeven. De hoogste prijs is € 15.000 bij de Zonnebloem loterij.

De Stichting Nationale Sporttotalisator (SNS, opererend onder de naam De Lotto) heeft vier producten: Lotto, Toto, krasloten en Lucky Day. De Toto valt onder sportweddenschappen en krasloten onder instant loterijen, die elders in deze paragraaf worden besproken.

De netto-opbrengst van zowel de *Lotto* als *Lucky Day* wordt volledig afgedragen; 73,5% gaat naar NOC*NSF en 26,5% naar diverse goede doelen, welke worden vastgesteld door Stichting Aanwending Loterijgelden Neder-

⁹ Merk op dat een deelnemer met meerdere loten kan meespelen.

¹⁰ Grote Clubactie, KWF Kankerbestrijding, Nationale Vereniging de Zonnebloem, Jantje Beton en Scouting Nederland.

¹¹ Grote Clubactie: 80% van de omzet gaat naar de deelnemende verenigingen. Jantje Beton: 50% van de omzet gaat naar de verkopende scholen. Scouting Nederland: 60% van de omzet gaat naar de Scoutinggroepen, de rest naar Scouting Nederland. Afdrachtspercentages van KWF Kankerbestrijding en Nationale Vereniging de Zonnebloem zijn ons onbekend.

land (ALN). De loterijen Lotto en Lucky Day hebben veel overeenkomsten. Bij beide loterijen kunnen deelnemers zelf kiezen met welke cijfers ze meespelen. Trekkingen van Lucky Day zijn iedere dag behalve zondag, trekkingen van Lotto zijn iedere zaterdag. De loten zijn relatief goedkoop (vanaf € 1,50 per Lucky Day lot en € 2 per Lotto lot). In tabel 2-1 zijn enkele kenmerken van de Lotto en Lucky Day schematisch weergegeven. Hierin is te zien dat Lucky Day geen abonnementsvorm kent, terwijl loten van de Lotto zowel los als in abonnementsvorm kunnen worden aangeschaft. Loten voor de Lotto worden ongeveer even veel los verkocht, als via abonnementen. Producten van SNS worden relatief weinig online afgenomen. In week 43 van 2011, kwam 14% van de wekelijkse omzet van de Lotto uit een online verkoopkanaal. Merk op dat dit zowel losse loten als abonnementen omvat. Bij Lucky Day was de omzet behaald via e-commerce in deze week slechts 5%.

De maximaal te behalen prijs bij Lucky Day is € 450.000¹², bij de Lotto is deze € 7,5 mln.¹³ Het uitkeringspercentage van producten van SNS ligt rond de 50% van de omzet.

Tabel 2-1: Kenmerken van de Lotto en Lucky Day

	Omzet 2010 (mln.)	Prijs lot	Trekkingen per week	Maximale prijs	Loten verkoop via abonnement	E-commerce ¹⁴ (% omzet)
Lotto	€ 226	€ 2,00	1	€ 7,5 mln.	50%	15%
Lucky Day	€ 33	€ 1,50	6	€ 450.000	n.v.t.	5%

De omzet van de *Staatsloterij* is in 2010 € 839,5 mln., groter van omvang dan de omzet van de drie goede doelen loterijen gezamenlijk. De netto-opbrengst van de *Staatsloterij* wordt afgedragen aan de staat. Jaarlijks stelt de Minister van Financiën het afdrachtspercentage voor de Staatsloterij vast, dit bedraagt minimaal 15% van de omzet. De Staatsloterij heeft een hoofdprijs van € 1 mln., en de jackpot ligt tussen de € 7,5 mln. en € 27,5 mln. De uitbetaling aan deelnemers (uitkeringspercentage) moet minimaal 60% van de omzet zijn, maar ligt in praktijk tegen de 70%. Ook de Staatsloterij heeft veertien trekkingen: maandelijks en een Koninginnedag- en Oudejaarsloterij. Deelnemers kunnen zowel losse loten kopen als automatisch meespelen. Het blijkt dat de losse verkoop vooral in de dagen vlak voor de trekking plaatsvindt; 90% van de oudejaarsloten wordt in de vijf dagen voorafgaande aan een trekking verkocht. Bij de maande-

¹² Indien tien van de tien getallen goed gekozen zijn.

¹³ Indien zes van de zes getallen goed gekozen zijn en de jackpotkleur goed is geraden.

¹⁴ Slechts een grove schatting, gebaseerd op cijfers van week 43, 2011.

lijkse trekkingen is het aantal loten dat via abonnementen wordt afgenomen, van gelijke grootte als het aantal loten dat los wordt verkocht. De losse verkoop is bij de Koninginnedag en Oudejaarsekking hoger dan bij de maandelijkse trekkingen.¹⁵ De totale losse loten verkoop is de afgelopen jaren gestegen: van 48% van de totale omzet in 2005 naar 56% in 2010. Het merendeel van de abonnementen wordt via internet afgesloten. De losse loten verkoop via internet is groeiende, maar nog steeds wordt meer dan de helft van de loten in winkels verkocht.

Wanneer de uitkeringspercentages in 2010 van de Staatsloterij, Nationale Goede Doelen Loterijen en de Lotto worden vergeleken, valt op dat de Staatsloterij veruit het grootste uitkeringspercentage heeft. Deze loterij keert 70% van de omzet uit aan prijzengeld. Dit is substantieel groter dan de ongeveer 50% van De Lotto en het uitkeringspercentage van ongeveer 30% van de Nationale Goede Doelen Loterijen.

De kosten van de grotere loterijen variëren rond de 20%. Bij de Staatsloterij liggen de kosten rond 15% van de omzet.

De bovengenoemde loterijen hebben een vergunning voor langere periode¹⁶. Uiteraard zijn er ook kleinere loterijen. Deze zijn uitsluitend toegestaan indien de netto-opbrengstvolledig ten gunste komt van een goed doel. Loterijen met een prijzenpakket tot € 4500 krijgen hun tijdelijke vergunning (voor een maximale periode van 6 maanden) via de burgemeester. Loterijen met een groter prijzenpakket krijgen hun vergunning van de Minister van Justitie. Volgens de Adviescommissie Kansspelen via Internet (2010) zijn dit er ongeveer 70 per jaar. Het is niet bekend hoeveel loterijen er worden georganiseerd met een prijzenpakket onder € 4500.

Instantloterijen zijn loterijen waarbij de trekking plaats heeft gevonden voor de verkoop van de loten en de deelnemer dus direct het resultaat weet. De Stichting Nationale Sporttotalisator (SNS, opererend onder de naam De Lotto) heeft als enige in Nederland een vergunning voor het aanbieden van krasloten. Ook deze vergunning wordt verleend voor vijf jaar. De netto-opbrengst van de Krasloten gaat voor 35% naar goede doelen, vastgesteld door ALN en voor 65% naar NOC*NSF. De maximale prijs bij krasloten in Nederland is € 1 mln. De omzet van krasloten van SNS was in 2010 € 63 mln.

¹⁵ Bij de Koninginnedagtrekking worden ongeveer 60% van de loten via losse verkoop afgenomen, bij de Oudejaarsekking is dit ongeveer 70%. (Bron: Staatsloterij)

¹⁶ De Lotto, goede doelen loterijen en SNL hebben een vergunning voor vijf jaar, de Staatsloterij heeft een permanente vergunning.

Tabel 2-2: Schematisch overzicht van kenmerken grootste Nederlandse loterijen.

	Omzet 2010 (mln. €)	Afdracht (% omzet)	Bestemming af- dracht	Aantal ver- kochte loten 2010 (mln.) ¹⁷	Aantal trek- kingen per jaar	Uitkerings- percentage (% omzet)	Maximale prijzen (mln. €) ¹⁸
Nationale Postcode loterij	541	50%	Goede doelen: Mens en natuur	54	14	30%	20 ¹⁹
Bankgiroloterij	120	50%	Goede doelen: Cultureel	12	14	30%	1
Vriendenloterij ²⁰	90	50%	Goede doelen Gezondheid en welzijn	9	66	30%	1
Staatsloterij excl. Dayzers	802	17%	Algemene midde- len	57	14	70%	27,5
Dayzers (onderdeel Staatsloterij)	38	17%	Algemene midde- len	11	52	70%	0,1
Lotto-spel	226	23%	Goede doelen: m.n. sport en cultuur	113	52	50%	7,5
Lucky Day (onder- deel van De Lotto)	33	23%	Goede doelen: m.n. sport	22	313	50%	0,45

¹⁷ Schatting van APE gebaseerd op omzet en schatting van gemiddelde prijs per lot.

¹⁸ Bij benadering de hoogste te winnen prijs in het jaar 2011.

¹⁹ Verdeeld over een postcodegebied. De prijs per lot is dus lager. In december 2012 komt er voor het eerst een Eindejaarskanjer van 50 mln. euro.

²⁰ De Vriendenloterij organiseert een wekelijkse bingo, waarbij voornamelijk geldprijzen te winnen zijn. De prijzen bij de veertien trekkingen zijn met name producten. Deze trekkingen zijn in dit schema bij elkaar opgeteld.

Voorbeelden van *kleine kansspelen* zijn bingo, kienspel, vogelpiekspel en het rad van fortuin. Aangezien deze kansspelen in groten getale lokaal worden aangeboden, zijn exacte omzetcijfers niet te vinden. In 1998 is er een schatting gemaakt dat er 145 mln. gulden op jaarbasis omgaat in kleine/lokale kansspelen (SGBO et al., 1998). Afgezet tegen de gezamenlijke spelopbrengst²¹ van de destijds zeven²² vergunninghouders van landelijke loterijen en Holland Casino van € 947 mln. in 1998 (ongeveer 2087 mln. gulden), hebben deze kleine kansspelen een klein marktaandeel (minder dan 7%). Gezien de relatief geringe omvang zijn ze in dit onderzoek verder buiten beschouwing gelaten.

Casinospelen vallen uiteen in drie soorten: kaartspelen, roulette en speelautomaten. Kaartspelen, zoals poker, en roulette mogen tot op heden alleen door Holland Casino als bemand tafelspel worden aangeboden²³. De Nationale Stichting Exploitatie van Casinospelen in Nederland (Holland Casino) heeft een casinovergunning voor onbepaalde tijd en dient haar netto-opbrengst af te dragen aan de Staat.

Voor speelautomaten geldt een afzonderlijk vergunningsregime in de Wet op de Kansspelen.²⁴ De aanwezigheidsvergunning wordt verleend door het college van Burgemeester en Wethouders (B&W). Momenteel zijn er circa 28.000 opstellocaties. De exploitatievergunning wordt afgegeven door de minister van Veiligheid en Justitie. Er zijn ongeveer 850 exploitanten. De bovengenoemde grote aantallen vergunninghouders illustreren dat het speelautomatenregime sterk afwijkt van de onder de Wet op de Kansspelen gebruikelijke monopolierregimes.²⁵

Bij *sportweddenschappen* wordt gewed op sportuitslagen. Stichting SNS (ook wel De Lotto) mag als enige in Nederland sportprijsvragen organiseren voor publiek.²⁶ Dit wordt de Toto genoemd. Deze Toto heeft een wet-

²¹ Spelopbrengst is omzet minus prijzengeld en dus per definitie kleiner dan omzet.

²² Staatsloterij, BankGiro Loterij, Sponsorloterij, Postcodeloterij, Zorgloterij, Sporttotalisator, totalisator.

²³ In een spelautomaat mogen deze spelen wel door andere partijen worden aangeboden.

²⁴ Bij andere regimes hoeft alleen de aanbieder een vergunning te hebben, voor speelautomaten zijn drie verschillende vergunningen nodig (aanwezigheidsvergunning, exploitatievergunning en modeltoelating). Voor kansspelautomaten in casino's is een gecombineerde aanwezigheids- en exploitatievergunning nodig.

²⁵ Adviescommissie Kansspelen via Internet (2010).

²⁶ Onder sportprijsvragen worden verstaan prijsvragen, welke erop zijn gericht deelnemers uitslagen van tevoren aangekondigde sportwedstrijden, met uitzondering van harddraverijen en paardenrennen, te doen raden of voorspellen (Wet op de Kansspelen artikel 15 lid 2). In besloten kring mogen sportweddenschappen ook particulier georganiseerd worden.

telijk opgelegd maximum van 400 trekkingen per jaar. De Toto werkt, in tegenstelling tot het stelsel van totalisator dat verderop beschreven staat, via een vaste winstverhouding (*fixed-odds betting*). De netto-opbrengst van de Toto wordt op dezelfde manier verdeeld als de netto-opbrengst van de Lotto: 73,5% gaat naar sport en 26,5% naar (overige) goede doelen.

Sporttech PLC., een bedrijf uit het Verenigd Koninkrijk, mag als enige organisatie een totalisator organiseren.²⁷ Bij een totalisator wordt gewed op de uitslag van harddraverijen en paardenrennen. Een *totalisator* werkt via het parimutuele stelsel (*pari-mutuel betting*). Hierbij hangt de winst van de winnaar af van de inzet van alle spelers samen. Indien er minder op het winnende paard is ingezet, is de winst voor degenen die wel op het winnende paard hebben ingezet, hoger.

2.2.3 Online markt

Alle spelen die offline gespeeld kunnen worden, worden ook (illegaal) online gespeeld.

SNS heeft in haar vergunning een expliciete bepaling dat het is toegestaan hun product via internet aan te bieden (*e-commerce*), evenals Sporttech PLC. met betrekking tot de totalisator. De Staatsloterij en de drie goede doelen loterijen hebben impliciet toestemming gekregen voor het aanbieden van hun producten via internet. Dit omdat het deelnemersreglement, dat ter goedkeuring aan de Minister moet worden voorgelegd, een verwijzing bevat naar het aanbod via internet.

Het aanbieden van *e-games*, of interactieve internetkansspelen, is niet geregeld in de Wet op de Kansspelen. De vergunningen voor het aanbieden van offline casinospelen, kansspelautomaten en krasloten (instant loterijen) zijn gekoppeld aan een fysieke (verkoop)locatie hiervan en daarom per definitie online verboden. De Wet Op Kansspelen verbiedt het bewust deelnemen aan een verboden kansspel. Hier wordt echter niet op gehandhaafd.

²⁷ Tot medio 2010 was de vergunninghouder Stichting Scientific Games Racing B.V.

2.3 Marktomvang

2.3.1 Legale offline markt

Het College van toezicht op kansspelen houdt toezicht op Holland Casino, de Nederlandse Staatsloterij, de drie nationale goede doelen loterijen verenigd in de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V.²⁸, De Lotto (SNS) en de totalisator. De Lotto biedt de producten Lotto, Toto, Krasloterij en Lucky Day, aan. De omzet en de brutospelopbrengst van deze producten in het jaar 2010, staan in tabel 2-3. De brutospelopbrengst is de totale omzet van het kansspel verminderd met het uitgekeerde (netto) prijzengeld.²⁹

De totale omzet van de Staatsloterij, De Lotto (de vier producten gezamenlijk), de Nationale Postcode Loterij, de Bankgiro Loterij en de VriendenLoterij bedroeg in 2010 € 1.941 mln. Merk op dat hier, in tegenstelling tot tabel 2-2, waar alleen de loterijen werden besproken, de producten per aanbieder zijn opgeteld. De spelopbrengst van alle producten waar het College van toezicht op kansspelen, toezicht op houdt³⁰ bedraagt € 1.510 mln. Volgens de Adviescommissie Kansspelen via Internet (2010) bedroeg de omzet van speelautomaten buiten Holland Casino € 641 mln in 2009. Volgens H2 Gambling Capital (2011) bedroeg in 2009 de bruto-omzet van de Nederlandse gereguleerde kansspelmarkt, dus inclusief gokmachines, € 2.134 mln.

In tabel 2-3 zijn ook de marktaandelen van spelopbrengsten opgenomen om een idee te krijgen van de onderlinge verdeling in de markt. Aangezien, zoals eerder genoemd, de uitkeringspercentages van loterijen een grote diversiteit kennen, geeft dit een ander beeld dan wanneer we de aandelen in termen van omzet zouden berekenen. Met name de Staatsloterij zou in termen van omzet een groter marktaandeel hebben.

²⁸ De Nationale Postcode Loterij, de Bankgiro Loterij en de VriendenLoterij (voorheen Sponsor Bingo Loterij).

²⁹ Dus inclusief de in te houden kansspelbelasting.

³⁰ Eerdergenoemde loterijen plus de totalisator en Holland Casino.

Tabel 2-3: Omzetcijfers en spelopbrengsten in 2010 per aanbieder (in miljoenen euro's).

	Staats- loterij	Nationale Goede Doelen loterijen	De Lotto	Totali- sator	Holland casino ³¹
Omzet	839	750	352	27	
Spelopbrengst	254	529	173	7	547
Aandeel in spelop- brengst	17%	35%	11%	0%	36%

Uit ander onderzoek van Motivaction (2009) komt naar voren dat het aantal kansspelers in Nederland tussen de 18-55 jaar stabiel is. Van de Nederlanders boven de 18, neemt circa 70% deel aan offline kansspelen. Dit percentage strookt met het beeld dat onze gesprekspartners hebben. Het merendeel hiervan speelt mee met loterijen, waarvan een aantal met meerdere loterijen meespeelt. Aangezien wij helaas niet beschikken over het onderzoek, maar slechts over een presentatie hierover, kunnen we op basis hiervan niet zeggen hoe de verdeling is tussen de deelnemersaantallen van verschillende offline spelen.

2.3.2 Illegale offline markt

Regioplan voerde in 2009 een onderzoek uit naar de aard en omvang van illegale kansspelen in Nederland. Dit onderzoek brengt de omvang van zowel fysieke als online illegale kansspelen in kaart. Er is een enquête gehouden onder de Nederlandse bevolking van 15 tot 65 jaar met de vraag of men de afgelopen 12 maanden heeft deelgenomen aan een illegaal kansspel. Hierbij zijn naast internet kansspelen de volgende illegale offline spelen meegenomen: poker (fysiek, dus niet via internet), gokzuilen en computerterminals³², bingo en lotto/toto. Bingo was het bekendst onder de respondenten: 2,9% had dit het afgelopen jaar illegaal gespeeld. Omgerekend naar absolute aantallen zijn dit naar schatting 317.000 Nederlanders tussen de 15 en 64 jaar. Deze getallen zijn terug te vinden in tabel 2-4. Hierin zijn ook schattingen van de jaarlijkse inzet en spelopbrengst voor

³¹ Van Holland Casino is uitsluitend de spelopbrengst bekend.

³² Gokzuilen en computerterminals zijn apparaten met een internetverbinding waarop diverse kansspelen gespeeld kunnen worden. Het zijn geen kansspelautomaten of behendigheidsautomaten.

exploitanten opgenomen. De deelnemerspercentages in de tabel bevatten een overlap van respondenten die aan meerdere illegale spelen deelnamen. Omdat deze overlap bij APE niet bekend is, maar het totaal aantal geënquêteerde deelnemers aan illegale spelen wel bekend is, bevatten de totalen van spelers een minimum en maximum schatting.

Tabel 2-4: Omvang van de Nederlandse illegale Nederlandse offline kansspelmarkt.

	Percentage Nederlanders 15-64 jaar	Aantal Ne- derlanders 15-64 jaar (duizenden)	Jaarlijkse inzet in Nederland (mln. euro's)	Bruto- spelopbrengst exploitanten (mln. euro's)
Fysiek poker	1,9%	205	€ 21,2 ³³	€ 4,7 ³⁴
Gokzuilen	0,3%	34	€ 2,4	onbekend
Bingo	2,9%	317	€ 24,9	€ 4,4
Toto/Lotto	1,0%	107	€ 13,3	€ 11,8
Totaal	4,5-6,1%	489-663	€ 61,9³⁵	€ 20,9

Bron: Regioplan (2009).

2.3.3 Legale online markt

Uit gesprekken met goede doelen loterijen en de Staatsloterij blijkt dat ongeveer 40% van de loten online worden verkocht. Dit omvat zowel rechtstreekse verkoop als het afsluiten van abonnementen. De Staatsloterij geeft aan dat deze 40% voor het grootste deel is terug te voeren op de abonnementenverkoop; het merendeel van de abonnementen wordt online afgesloten. Bij producten van SNS is de verkoop via internet kleiner. Nog geen 20% van de omzet van de Toto wordt via e-commerce behaald, bij de Lotto en Lucky Day ligt dit percentage nog lager.

Ten tijde van het Motivaction (2007) onderzoek heeft 21% van de onderzochte kansspelers³⁶ tussen 18-65 jaar het afgelopen jaar een lot online

³³ Inclusief entry fee van € 4,7 mln.

³⁴ Hierbij gaat Regioplan ervan uit dat de volledige inzet van spelers wordt uitgekeerd aan prijzen. Het zou daarom een onderschatting kunnen zijn.

³⁵ Wegens afrondingsverschillen wijkt dit bedrag 0,1 mln. af van de optelsom.

³⁶ Mensen die offline dan wel online een kansspel hebben gespeeld het afgelopen jaar.

gekocht.³⁷ Een substantiële groep loterij spelers koopt dus (ook) loten online.³⁸ De Nederlandse loterijen geven aan 15% tot 40% van hun loten te verkopen en/of abonnementen af te sluiten via het internet.

2.3.4 *Illegale online markt*

Het eerdergenoemde onderzoek van Regioplan (2009) omvatte ook illegale online kansspelen. Op basis van een enquête onder de Nederlandse bevolking van 15 tot 65 jaar is in dit onderzoek geconcludeerd dat ten tijde van het onderzoek in de voorgaande 12 maanden 5,1% van de onderzoeksgroep deelnam aan een illegaal online kansspel. Dit laat zich vertalen naar 565.000 Nederlanders tussen de 15 en 64 jaar. De totale inzet van deze spelers was naar schatting € 181 mln. en dat leverde de exploitanten naar schatting € 65,7 mln. op (brutospelbrenngst).

Motivaction (2007) enquêteerde een iets beperktere groep: Nederlanders tussen de 18 en 65 jaar. Op basis van dit onderzoek kan worden afgeleid dat ruim 10% van de spelers wat overeenkomt met 7,4% van Nederlandse bevolking tussen de 18 en 65 jaar, participeerde in e-gaming, een wat groter percentage dan uit het onderzoek van Regioplan (2009) naar voren komt³⁹. Volgens mondelinge informatie van Stichting Online Gaming Nederland (STIOG) zijn er zo'n 800.000 Nederlanders actief op de online kansspelmarkt, wat vergelijkbaar is met bovengenoemde 7,4% tussen de 18 en 65 jaar.⁴⁰

2.4 **Klantprofielen**

2.4.1 *Online spelen*

In Nederland is onderzoek gedaan naar de markt van online kansspelen en de profielen van deelnemers door Motivaction en Regioplan.

³⁷ Dit laat zich vertalen tot 15% van de Nederlandse bevolking tussen de 18-65 jaar. We weten van De Bruin et al. (2006) dat 76% van de Nederlandse bevolking *ooit* wel eens meespeelde met een loterij. Het percentage dat *het afgelopen jaar* deelnam aan een loterij zal dus kleiner zijn dan 76%.

³⁸ Een grove minimale schatting is $15/76=20\%$.

³⁹ De verschillen tussen de uitkomsten van Regioplan en Motivaction kunnen niet worden verklaard door het feit dat de groep 15 tot 18 jarigen bij Regioplan wél en bij Motivaction niet aan de enquête meedoen. Als we veronderstellen dat alle spelers in het Regioplan onderzoek ouder waren dan 18 en dat er dus geen spelers actief waren tussen de 15 en 18 jaar dan komt dit neer op 5,5% van de 18-65 jarigen.

⁴⁰ Dit percentage resulteert als we veronderstellen dat alle 800.000 deelnemers behoren tot de groep 18-65 jarigen.

Motivaction heeft onderzoek gedaan naar de deelname aan betaalde interactieve internetkansspelen, ofwel online e-gaming, onder de Nederlandse bevolking. Motivaction nam een enquête af via het internet binnen de leeftijdscategorie 18-65 jaar en in totaal hebben bijna 15.000 Nederlandse internetters deelgenomen⁴¹. Motivaction heeft in haar onderzoek gevraagd naar het gedrag van kansspelers (offline en online) gedurende de afgelopen 12 maanden voorafgaand aan moment van onderzoeken (2007). Regioplan heeft op basis van een enquête (online en telefonisch) onder de Nederlandse bevolking vragen gesteld over deelname aan illegale kansspelen, waaronder online e-games. Ook Regioplan heeft in haar onderzoek gevraagd naar het gedrag gedurende de voorgaande 12 maanden. Op basis van deze enquêtes kan worden geconcludeerd dat tussen de 4,1% en 5,1% van de Nederlandse bevolking minstens één keer per jaar deelneemt aan een betaald internet kansspel. De gemiddelde leeftijd van de online speler is in het onderzoek van 2007 35 jaar (bij 18-65 jarigen). Dit is consistent met de bevindingen van Motivaction in 2005, waar de gemiddelde leeftijd 33 was in de leeftijdscategorie 18-55 jaar. Ongeveer 70% van de spelers is man. Het overgrote deel van de spelers online (85-89%) is midden- tot hoogopgeleid.

Casinospelen zijn het populairst onder online e-gamers, zo blijkt uit onderzoek van Motivaction (2007). Maar liefst 88% van de e-gamers speelt een casinospel. Met name kaartspelen zijn daarbij populair, 72% van de 88% online casinospelers had op moment van onderzoeken in het afgelopen jaar online een kaartspel (poker of black-jack) gespeeld, gevolgd door speelautomaten (57%). Roulette is met 23% het minst populaire online casinospel. Er is geen betrouwbare gevalideerde informatie per game beschikbaar over de profielen van deelnemers.

Motivaction heeft in de enquête ook gevraagd naar de redenen om mee te doen aan een online e-game. Naast de spanning (32%) geven deelnemers aan mee te doen vanwege het gemak (32%). Ook impuls (26%) en verveling (18%) zijn veelgenoemde redenen om mee te spelen. Aantrekkelijke prijzen wordt door slechts 16% van de spelers genoemd als reden om mee te doen. De belangrijkste redenen om na één keer spelen niet meer mee te doen is omdat internetkansspelen als onbetrouwbaar worden geacht (40%) en omdat het als te verslavend wordt beschouwd (32%). Uit het vervolgonderzoek van Motivaction (2009), komt naar voren dat veel e-gamers online spelen vanwege het gemak en de snelheid ervan. Minder dan 30% van de respondenten noemt als motivatie onder andere een

⁴¹ Gekeken is naar de resultaten van de enquête onder 18-65 jarigen.

prijsgerelateerd⁴² aspect. Veruit de meeste ondervraagde e-gamers (63%) spelen (onder andere) casinospelen op een Nederlandstalige website. Het is echter onbekend of de taal van een website ook de reden is om voor deze website te kiezen.

Er zijn uitsluitend ruwe schattingen van de grootte van de online kansspelmarkt. Regioplan concludeert dat e-gamers gemiddeld € 12,90 per spel uitgeven. Hiervoor is gevraagd naar het laatst gespeeld spel. Motivaction heeft een minder betrouwbare schatting gemaakt, doordat de respondenten is gevraagd een schatting te maken van de uitgaven aan e-gaming gedurende het afgelopen jaar. Hieruit komt een gemiddelde besteding van € 208 per jaar uit naar voren. Ook is in dat onderzoek aan respondenten gevraagd een schatting te maken van de bestedingen gedurende de afgelopen maand. Het genoemde maandbedrag ligt echter een factor 3,5 keer hoger dan correspondeert met het bedrag op jaarbasis. Hieruit is op te maken dat de schatting die door de respondenten is gegeven niet geheel rationeel is ingevuld en/of e-gamers geen vast bestedingspatroon hebben. De ruwe schatting die Motivaction maakt dat jaarlijks gemiddeld tussen de € 90 en € 280 mln. aan online e-gaming wordt uitgegeven door Nederlandse spelers ligt dan ook ver uiteen.

2.4.2 Offline spelen

Wij hebben, tegen onze verwachtingen in, relatief weinig Nederlandse literatuur gevonden waarin specifiek is gekeken naar de profielen van de deelnemers aan offline kansspelen. Daar waar relevant, hebben wij dan ook in dit stadium gebruik gemaakt van buitenlandse onderzoeken. Dit betekent dat niet alle verwijzingen betrekking hebben op Nederlandse kansspelers.

Uit Motivaction (2009) komt naar voren dat de spelers op de Nederlandse offline markt wat ouder zijn dan gemiddeld (77% is ouder dan 35 jaar) en het zijn iets vaker vrouwen (54%). Dit beeld wordt bevestigd door Engels onderzoek (Griffiths et al, 2009). Offline spelers vinden de tastbaarheid en betrouwbaarheid van de offline spelen belangrijk (Motivaction, 2009).

⁴² Er zijn twee mogelijke prijsgerelateerde motivaties: de prijs die ik kon winnen was aantrekkelijk en de kans op een prijs was volgens mij groot. Meerdere antwoorden waren mogelijk. Van de spelers die op buitenlandse websites spelen, antwoord 30% een van beide. De percentages van alle antwoorden tellen, vanwege de mogelijke overlap, bij deze groep op tot 173%. Bij de overige spelers (bv. spelers op Nederlandstalige websites) is dat percentage lager.

Uit een onderzoek naar de Nederlandse casinomarkt (Pemberton et al., 2002) zijn ook gegevens bekend over de bezoekers van Holland Casino. Hieruit blijkt dat 8% van de Nederlandse huishoudens gedurende het jaar voorafgaand aan het onderzoek Holland Casino bezocht. In ander onderzoek (De Bruin et al., 2006) wordt dit percentage geschat op 4%. De gemiddelde leeftijd van de casinobezoeker is relatief oud, 55 jaar is en de meerderheid (60%) man is. Bovendien zijn casinospelers, net als de e-gamers, vaker middelbaar tot hoger opgeleid.

Loterijen

In het WODC onderzoek 'Verslingerd aan meer dan een spel' (De Bruin et al., 2006) zijn op basis van een enquête enkele gegevens over verschillende type profielen te vinden. Hieruit blijkt dat relatief veel Nederlanders deelnemen aan loterijen, 76% van de Nederlandse bevolking waagde ooit wel eens een gokje met een loterij. In verhouding is het marktaandeel van loterijen dus veel groter dan het aandeel van Holland Casino op de offline kansspelmarkt.

De grote Nederlandse loterijen geven aan dat in iedere laag van de bevolking zich deelnemers bevinden. De Staatsloterij geeft aan dat er in Nederland veel loterijspelers zijn, die met meerdere loterijen meespelen.

Uit vele onderzoeken blijkt dat de hoogte van een jackpot een grote invloed heeft op de verkoop van loterijtickets (o.a. Boonstra et al., 2007; Shapira en Venezia, 1992). Ook is er een positief verband gevonden tussen de vraag naar loten en het aantal kleinere prijzen (Shapira en Venezia, 1992). Dit verband wordt op twee manieren verklaard. Ten eerste worden deze kleine prijzen volgens de auteurs dikwijls gebruikt om nog een keer mee te doen aan de loterij. Echter, Forrest et al. (2004) vinden geen verband tussen het aantal uitgekeerde kleine prijzen in de Engelse lotto en de verkoop van lotto loten de week erop. Ten tweede, en dit is wel bewezen in buitenlandse literatuur (Farrel et al., 1999; Forrest et al., 2002a; Forrest et al., 2004) is er een positieve samenhang tussen het aantal verkochte loten en de kans om met een lot een (mogelijk ook kleine) prijs te winnen, waarbij ook is aangetoond dat deze reactie vertraagd is.

Het lijkt er echter op dat de hoogte van de jackpot een grotere invloed heeft op de keuzes van deelnemers aan loterijen dan de kans een prijs te winnen met een lot, zoals ook gesuggereerd wordt door Forrest et al. (2002b).

In de buitenlandse literatuur is ook aangetoond (o.a. Forrest et al., 2004) dat de effectieve prijs, d.w.z. het gedeelte van een lot dat niet aan prijzen

wordt uitgekeerd⁴³, een negatieve samenhang heeft met de lotverkoop. Deelnemers lijken dus bewust te zijn van het uitkeringspercentage van een loterij. Interviews met vertegenwoordigers van de Nederlandse loterijen bevestigen dit beeld.

Het effect van 'een kleine kans op een ander leven' heeft met name invloed op lagere inkomens en werklozen (Mikesell, 1994). De Staatsloterij geeft desgevraagd aan dat bij stijging van de werkloosheid, de verkoop van loten toeneemt. Echter, de invloed van macro-economische factoren, zoals de werkloosheid, op de omzet van de Staatsloterij is zeer beperkt. Hoe klein de kans op het winnen van de jackpot is, beseffen veel deelnemers niet. Zo liet Engels onderzoek zien dat 22% dacht eens in zijn leven de UK National Lottery jackpot te winnen (English, 1996). Dit laat zich verklaren door de menselijke eigenschap erg kleine kansen te hoog in te schatten. Dit gebeurt in versterkte mate wanneer men snel voorbeelden kan bedenken van bepaalde gebeurtenissen. (Kahneman & Tversky, 1973). Loterijwinnaars lijken overal om ons heen te zijn, tijdens trekkingen op TV wordt uitgebreid stil gestaan bij de winnaars. Hierdoor lijkt de kans op winnen voor de deelnemer groter. Deelnemers worden dus sterk beïnvloed door marketing en media-aandacht (wat in de literatuur 'availability heuristic' wordt genoemd).

Ouderen nemen vaker deel aan loterijen dan jongeren (De Bruin et al., 2006). Dit beeld wordt door de Nederlandse loterijen bevestigd. Zij constateren dat hun spelerspopulatie geleidelijk aan vergrijsd. Daarnaast geven de grote Nederlandse loterijen dat in iedere laag van de bevolking zich deelnemers bevinden.

Pemberton et al. (2002) concluderen dat bezoekers van Holland Casino vaker dan gemiddeld deelnemen aan loterijen (80%). Daarnaast blijkt uit onderzoek van WODC ook dat loterijen een hoge 'lifetime-prevalentie' hebben: tachtig procent van diegenen die ooit aan een loterij deelnamen deden dit recent ook (De Bruin et al., 2006). Ook hierin vinden we bevestiging in gesprekken bij de Nederlandse loterijen. Een verklaring hiervoor kan worden gezocht in de in de wetenschappelijke literatuur genoemde 'gambler's fallacy'. Statistiek heeft geen geheugen. Na een serie tossen waarbij steeds kop is gevallen, is de kans op munt nog steeds 50%. Echter, veel mensen hebben het gevoel dat die kans toeneemt, omdat er al zo lang geen munt is geworpen. Dit blijkt ook te gelden voor loterijdeelnemers.

⁴³ De prijs voor een lot is wat een deelnemer ervoor betaalt. Een gedeelte hiervan, wordt weer uitgekeerd in prijzengeld. De effectieve prijs geeft de verwachtingswaarde van het verlies voor een deelnemer weer.

mers. Na een serie verliezen, is de subjectieve verwachting dat de kans op winnen toeneemt. Dit zorgt ook voor een angst om deelname actief op te zeggen. Immers, de kans dat er dan net een maand later wel gewonnen zou zijn, is gevoelsmatig groot (Walker, 1992). Het gevoel heerst dat deze angst bij de Postcode Loterij extra nadrukkelijk aanwezig is omdat men niet wil dat de hele straat iets wint, behalve zichzelf. Maar ook bij spelen als de Lotto, waar men eigen cijfers kan kiezen, is deze angst aanwezig. Een ruime meerderheid van de spelers kiest, wanneer ze zelf nummers mogen kiezen, altijd dezelfde serie (Crosbie, 1996). Het zou dan wel erg vervelend zijn als de jackpot net op die serie valt als niet meer wordt meegepeeld (verliesaversie).

Canadese diepte-interviews met deelnemers aan goede doelen loterijen (Peloza & Hassay, 2007) wijzen erop dat Canadezen een ticket kopen voor een goede doelen loterij vanwege het goede doel en hun deelname vooral zien als een donatie. Deze uitkomst vindt in andere studies geen bevestiging. Ook de Nederlandse goede doelen loterijen delen deze indruk niet. Desgevraagd geven ze aan dat deelnemers het goede doel als een sociaal-wenselijk antwoord moet worden gezien, maar dat dit niet de hoofdreden is voor deelname. Deelnemers gebruiken het goede doel vooral als rationalisatie achteraf. Wanneer ze niet hebben gewonnen, vergoelijken ze dit voor zichzelf door te verwijzen naar hun bijdrage aan het goede doel.

2.4.3 *Overlap in deelnemers offline en online*

Er is nauwelijks onderzoek gedaan naar de feitelijke substitutie tussen offline en online games. Dat is ook wel verklaarbaar. Regulering van online games is pas van zeer recente datum en de ervaringen zijn nog zeer pril. Uit gesprekken met betrokken partijen komt naar voren dat in een aantal Europese landen de review van regulering nog in uitvoering is. Er is dus geen materiaal beschikbaar dat een betrouwbaar beeld geeft van de "revealed preferences" (klaarblijkelijke voorkeuren). Dat beeld is er wel voor de "stated preferences" (beleden voorkeuren).

Het onderzoek 'Impact legalisering online kansspelen op klassieke loterijen' (MWM2, 2011) kijkt naar de kans dat huidige offline kansspelers bij legalisering van de online kansspelen hieraan zullen deelnemen. Het onderzoek concludeert dat ruim 60% van de huidige deelnemers aan klassieke loterijen (offline) waarschijnlijk tot misschien deel zal nemen aan online kansspelen. MWM2 baseert deze conclusies op een enquête onder 4200

volwassen Nederlanders⁴⁴. In het onderzoek wordt geen onderscheid gemaakt tussen e-gaming en e-commerce. De wijze van vraagstelling, (namelijk of men zou deelnemen aan een online kansspel indien deze zou worden aangeboden door de Staatsloterij, Postcodeloterij of Lotto) zegt daarmee niet noodzakelijkerwijs iets over de belangstelling voor e-gaming. De kans is aanwezig dat respondenten meenden dat het aanbieden van online kansspelen door een dergelijke partij e-commerce betreft en de verkoop van online (goede doelen) loten wordt bedoeld. Deze vorm van online kansspelen, e-commerce, bestaat echter momenteel ook al.

Motivaction (2007) nam in haar enquête wel een vraag mee over deelname aan beide markten. Hieruit kwam naar voren dat 37% van de e-gamers ook wel eens deelneemt aan een loterij. In totaal speelt bijna 22% van de e-gamers géén andere kansspelen buiten het internet. Hieruit kan worden geconcludeerd dat een groot gedeelte van de online spelers zich ook op de offline markt bevindt. Van de door Motivaction (2007) onderzochte Nederlanders in de leeftijdsklasse 18-65 jaar, nam 17,3% deel aan e-commerce, 6,7% aan e-gaming en 3,5% aan beide het afgelopen jaar. Zo'n 13% van de deelnemers online, deed dus zowel aan e-gaming als aan e-commerce.

Overigens geeft H2 Gambling Capital (2011) aan dat in het Verenigd Koninkrijk de demografie van de deelnemers aan online kansspelen, bewezen anders is dan de demografie van de spelers op de traditionele markt. Desgevraagd geeft H2 Gambling Capital aan dat dit de uitkomst is van onderzoeken bij diverse exploitanten onder hun klantenbestand.

Loterijen

Volgens het onderzoek van WODC (De Bruin et al., 2006) speelt 51% van de Nederlandse bevolking zowel short-odds als long-odds spelen. Hieruit kan worden geconcludeerd dat een groot gedeelte van de Nederlandse bevolking zowel deelneemt aan loterijen (long-odds) als aan overige kansspelen (online en offline). Daarbij speelt 25% van de Nederlandse bevolking alleen loterijen (long-odds) en geen andere kansspelen. De kans is aanwezig dat deze 25% ook bij eventuele legalisering van short-odd games online, zal blijven deelnemen aan long-odds loterij spelen aangezien dit in de huidige situatie ook hun voorkeur heeft.

Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat het onderscheid tussen long-odds en short-odds, zeker in een online markt, vervaagt. Op dit moment

⁴⁴ De in dit rapport genoemde onderzoeken van Regioplan en Motivaction kenden een omvang van 21.000 resp. 15.000 respondenten).

vindt 90% van de losse verkoop van de Staatsloterij plaats in de vijf dagen voor de trekking. Men kan zich hierdoor voorstellen dat hier in een gelegaliseerde online markt op zal worden ingespeeld.

2.5 Conclusies

De offline markt is vooralsnog een stuk groter dan de online markt. Dit scheelt minimaal een factor 10 in zowel deelnemersaantallen alsmede in omzet. Voor een gedeelte zal dit worden veroorzaakt doordat online e-gaming (nog) niet gelegaliseerd is. Online wordt op dit moment vooral poker gespeeld. Offline zijn de loterijen veruit het populairst. Het profiel van de online kansspeler verschilt van de offline speler. Weliswaar zijn beide middelbaar- tot hoogopgeleid, de online speler is substantieel jonger en het zijn vaker mannen. Als redenen om mee te doen, noemt de online speler onder andere gemak, impuls en snelheid. Opvallend is dat door de bestaande offline aanbieders de hoge uitkeringspercentages van de online kansspelen als belangrijkste concurrentiemiddel worden genoemd, terwijl in het onderzoek van Motivaction (2009) dit aspect slechts door een minderheid als motivatie voor online deelname wordt genoemd.

Substitutie tussen loterijen en e-gaming zal sterker plaatsvinden onder de groep mensen die in beide geïnteresseerd is. Het lijkt erop dat deelnemers aan een bepaald kansspel ook eerder deelnemen aan een ander kansspel of loterij. Zo blijkt dat een aanzienlijk gedeelte van de online gamers ook deelneemt aan offline spelen, met name loterijen. Tevens blijkt dat meer dan de helft van de Nederlandse bevolking zowel aan loterijen deelneemt als aan kansspelen die op korte termijn een uitslag bieden, zowel online als offline. Hieruit kan worden geconcludeerd dat dit gedeelte van de bevolking niet per definitie een voorkeur heeft voor een loterij of een snellere uitslag. Een kwart van de bevolking heeft dit wel en neemt alleen deel aan loterijen.

3 SUBSTITUTIE

Er is een zeer beperkt aantal onderzoeken uitgevoerd naar substitutie tussen de online en offline kansspelmarkt. Daarnaast zijn er diverse rapporten verschenen over de ervaringen naar aanleiding van het legaliseren van de online kansspelmarkt uit andere EU landen. Het betreft hier Frankrijk, Engeland en Italië. Daarin is echter nog niet onderzocht of er substitutie effecten bestaan, wat de omvang daarvan is en of de effecten structureel van omvang zijn.

Er is ruimer onderzoek beschikbaar naar substitutie *binnen* de offline markt. We bespreken deze onderzoeken op zoek naar aanknopingspunten over substitutie tussen de offline en online markt. Er is verschillend buitenlands, met name Angelsaksisch, onderzoek gedaan naar de substitutie tussen diverse offline spelen, zowel tussen casino's en loterijen als tussen loterijen onderling. Tevens is er Nederlands onderzoek gedaan naar de substitutie tussen goede doelen loterijen en overige loterijen. In 3.1 zullen we allereerst het Nederlands onderzoek bespreken, waarna we in 3.2 verslag doen van het buitenlands onderzoek. In 3.3 gaan we na welke conclusies hieruit te trekken zijn.

3.1 Onderzoek op Nederlandse markt

3.1.1 *Substitutie tussen online en offline kansspelmarkt*

Motivaction (2009) voerde in opdracht van Holland Casino een onderzoek uit naar kannibalisatie door online spelen. Met kannibalisatie wordt bedoeld op een zodanig sterk substitutie effect dat er omvangrijke geldstromen verschuiven tussen de offline markt in de richting van de online markt. Uit dit onderzoek komt naar voren dat het percentage Nederlanders dat deelneemt aan kansspelen in het algemeen, erg stabiel is. Het aantal mensen dat aan betaalde e-games meedoet, stijgt, maar vormt nog steeds een bescheiden deel van het totaal aantal deelnemers aan kansspelen (circa 10%). Online wordt volgens Motivaction weinig deelgenomen aan loterijen⁴⁵, de concurrentie speelt met name bij casinospelen. De huidige e-gamers blijkt tot een groep te behoren die vaker meedoet aan kansspelen

⁴⁵ Dit staat in contrast met de 40% die onze gesprekspartners bij loterijen noemen.

(ook offline) en bovengemiddeld veel geld hieraan spendeert. In verhouding tot spelers die uitsluitend op de offline markt spelen besteden e-gamers vijf keer zoveel aan (offline en online) kansspelen. Ook op de op offline markt geven e-gamers twee keer zoveel uit als spelers die niet online spelen. De totale bestedingen aan online kansspelen zijn volgens Motivaction sinds 2002 toegenomen, terwijl de omzetten op de offline markt niet noemenswaardig zijn gestegen. Motivaction concludeert hieruit dat de offline markt niet heeft kunnen profiteren van een omzetstijging⁴⁶ op de online markt. Alle door Motivaction ondervraagde e-gamers (277) spelen ook offline. Ze geven aan dit wel minder vaak te doen dan voorheen: 40% bezoekt nu minder vaak een casino. Motivaction concludeert dat bestedingen deels weglekken naar de online markt. Deze substitutie doet zich met name voor bij casinospelen en fruitautomaten, veel minder bij loterijen. Tegelijkertijd relativeert Motivaction het substitutie effect bij casino's door er op te wijzen dat de speelmotieven en de samenstelling van e-gamers sterk verschillen van bezoekers aan offline casino's waardoor online en offline casinospelen heel goed naast elkaar kunnen bestaan en elkaar misschien kunnen aanvullen⁴⁷.

Ook volgens H2 Gambling Capital (2011) kunnen de offline en online markt elkaar aanvullen, afhankelijk van de spelvorm. In opdracht van de Stichting Online Gaming Nederland (STIOG) voerde H2 Gambling Capital een onderzoek uit naar verschillende reguleringsscenario's en de gevolgen hiervan voor de Nederlandse staatskas. H2 Gambling Capital maakt in dit onderzoek onderscheid tussen 'transactional-based activities', zoals loterijen en weddenschappen en 'experienced based gaming', zoals casino spelen, bingo en gokmachines. H2 Gambling Capital geeft aan dat consumenten van 'transactional-based activities' waarschijnlijk eerder naar het internet zullen overstappen, wegens het gemak of waarde, dan consumenten van 'experienced-based gaming'. Kannibalisatie zal, volgens H2 Gambling Capital, met name plaatsvinden wanneer op de offline markt de kansen om te winnen niet concurrerend zijn of de samenstelling van de aangeboden weddenschappen kleiner is. Daarbij tekent het onderzoek aan dat de online kansspelmarkt al dusdanig gemakkelijk beschikbaar is in Nederland, dat eventuele kannibalisatie al heeft plaatsgevonden en de kans op een verdergaand kannibalisatie beperkt wordt geacht. Zo is volgens H2 Gambling Capital bij de omzet van de Toto al een negatief effect te zien van de online markt. Echter, naar de mening en ervaring van H2 Gambling Capital, kan de offline kansspelmarkt zelfs profiteren van toetreding van de online aanbieders, zeker als offline aanbieders ook een interactieve

⁴⁶ Gebaseerd op groei in bestedingen van respondenten.

⁴⁷ Motivaction (2009), p.13

component ontwikkelen. H2 Gambling Capital beargumenteert dat spelen waarvoor men de deur uit moet niet altijd concurreren met spelen die binnenshuis gespeeld kunnen worden, omdat men de beslissing neemt de deur uit te gaan of thuis te blijven. Ervaringen uit het Verenigd Koninkrijk zouden dan ook laten zien dat de groepen die aan online kansspelen deelnemen, verschillen van de offline kansspelers. De offline markt kan, volgens H2 Gambling Capital, meeliften op de extra promotie van kansspelen door online aanbieders. Enkele spelers zullen inderdaad thuis blijven in de nieuwe situatie, maar H2 Gambling Capital stelt dat dit negatieve effect zal worden gecompenseerd door de groei van de markt. Helaas worden deze assumpties niet onderbouwd⁴⁸. Het rapport richt zich voornamelijk op het doorrekenen van diverse belastingscenario's. Deze scenario's, die alle minimaal een additionele € 10 mln. moeten opleveren voor de schatkist bij een belastingpercentage van 5% over de brutospelopbrengst en een uitkeringspercentage van 93-97%, betekenen dat de Nederlandse online markt jaarlijks € 2.850 mln. aan omzet moet genereren.

3.1.2 *Substitutie tussen loterijen*

In opdracht van de Nationale Postcode Loterij, heeft SEO (2007) onderzoek gedaan naar de markt voor goede doelen loterijen. SEO heeft op drie manieren onderzocht of substitutie optreedt tussen staatsloterijen en goede doelen loterijen. Merk op dat De Lotto in Nederland in dit onderzoek onder de Staatsloterij is geschaard. Hierbij lijken alle vier de producten van de Lotto meegenomen te zijn, dus ook krasloten en de Toto.

De hypothese van SEO is dat er geen substitutie bestaat tussen de goede doelen loterijen en de Staatsloterij. De argumentatie hierachter is dat goede doelen loterijen een substantieel ander product aanbieden dan loterijen die niet gericht zijn op goede doelen, dat ook benadrukken in hun marketing, en dat ze daarom ook een ander type klant aantrekken. Het type klant dat meedoet aan een goede doelen loterij, doet dat naar verwachting met een andere motivatie. Deze aannames worden overigens niet onderbouwd. In de literatuur en in de interviews hebben wij echter geen aanwijzingen gevonden dat het productkenmerk "goede doelen" een belangrijke rol speelt bij de beslissing tot aankoop van een lot. In de gesprekken die zijn gevoerd met aanbieders van kansspelen en uit de literatuur komt het

⁴⁸ In een nadere toelichting verwijst H2 Gambling Capital naar de ervaringen met online poker. De populariteit van poker online zou spelers gestimuleerd hebben tot casino bezoek wat dus complementariteit tussen de offline en online kansspelmarkt impliceert.

beeld naar voren dat dat het hoge marktaandeel van goede doelenloterijen, ondanks hun significant lagere uitkeringspercentage, samenhangt met de omvangrijke marketinginspanningen, de hoogte van de hoofdprijs en de onwetendheid van de consumenten.

Als eerste is in de SEO studie de omzet groei van de staatsloterij in Europese landen met en zonder goede doelen loterijen onderling vergeleken. Telkens worden twee landen onderling vergeleken. Nederland heeft veel goede doelen loterijen en is vergeleken met Denemarken, volgens SEO het meest vergelijkbare Europese land zonder goede doelen loterijen. Zweden, ook een land met veel goede doelen loterijen, is vergeleken met Noorwegen dat geen goede doelenloterijen kent. Ten slotte is Spanje vergeleken met het Verenigd Koninkrijk. De nationale Spaanse loterij ONCE geeft 25% van de omzet aan het verbeteren van het welzijn van gehandicapten en verkoopt zijn tickets via blinden. Ondanks de naar Nederlandse verhoudingen lage afdracht aan goede doelen, is deze loterij door zijn verkooppunten in dit onderzoek wel beschouwd als een goede doelen loterij. De omzet van de Spaanse staatsloterij is vergeleken met de omzet van de staatsloterij van het Verenigd Koninkrijk. De loterijen in het Verenigd Koninkrijk kennen wel een afdracht naar goede doelen, maar omdat deze tussen de 20-30% van de omzet ligt, zijn dit in de definitie die SEO hanteert (ten minste 40% afdracht naar goede doelen), geen goede doelen loterijen. Het maakt deze vergelijking in onze mening echter zwak, omdat deze loterijen qua afdracht percentage niet substantieel verschillen van de Spaanse ONCE.

Uitsluitend de omzetgroei in een land beschouwen, zou weinigzeggend zijn omdat men niet zou weten hoeveel de omzet groei zou zijn geweest onder andere omstandigheden. In dit geval: hoeveel de omzetgroei zou zijn geweest zonder goede doelen loterijen. De vergelijking tussen Europese landen met en zonder goede doelen vermindert dit probleem. Echter, er blijven verschillen tussen de landen die onderling vergeleken worden, zowel in kansspelmarkt als in economische ontwikkeling. SEO brengt dan ook uitsluitend de omzetcijfers in beeld en pretendeert niet hier harde conclusies uit te kunnen trekken. Op het oog wijst er bij deze vergelijking tussen landen niets in de richting van substitutie tussen goede doelen loterijen en de Staatsloterij. Sterker nog, het lijkt er eerder op dat er sprake is van complementariteit tussen de Staatsloterij en goede doelen loterijen, aangezien de Staatsloterij in Nederland sneller is gegroeid dan in Denemarken (waar geen goede doelen loterijen zijn) en de staatsloterij in Spanje sterker is gegroeid dan de staatsloterij in het Verenigd Koninkrijk. Echter, de staatsloterij in Zweden kent een zwakkere groei dan de staatsloterij in Noorwegen.

Ten tweede wordt binnen de drie Europese landen met een of meerdere goede doelen loterijen (Spanje, Nederland, Zweden) gekeken naar de omzetontwikkeling van de staatsloterij en goede doelen loterijen. Op het oog lijken deze geen samenhang te vertonen. SEO onderzoekt dit verder met een regressiemodel⁴⁹. In geen van de drie landen wordt een verband gevonden tussen de omzet van de staatsloterij en omzet van de goede doelen loterijen. Voor Nederland voert SEO ook een regressie uit op de Staatsloterij (nu excl. producten van De Lotto), waarbij de drie goede doelen loterijen verenigd in de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V.⁵⁰ en de producten van De Lotto als twee aparte verklarende variabelen worden beschouwd. Dan wordt er een positief effect (0,36) gevonden tussen de omzet van de Staatsloterij en de omzet van de goede doelen loterijen, wat duidt op een mogelijk complementair gebruik hiervan. De omzet van De Lotto heeft een negatieve relatie met de omzet van de staatsloterij (-0,15), wat duidt op een substitutie effect. De Lotto draagt echter haar volledige opbrengst af aan goede doelen en adverteert hier ook mee. SEO geeft geen verklaring over waarom hier een tegenovergesteld effect wordt gevonden.

Als derde is in de studie van SEO (2007) gekeken naar de overlap in consumenten in Nederland tussen de verschillende soorten loterijen. Hierbij wordt verwezen naar Motivaction onderzoek uit 2007 om te laten zien dat deelnemers die aan de Staatsloterij deelnamen, vaker dan gemiddeld ook deelnemen aan een goede doelen loterij.⁵¹ Hieruit zou kunnen worden geconcludeerd dat er geen sprake is van substitutie, maar veeleer van complementariteit tussen goede doelenloterijen en prijzenloterijen. SEO koppelt de afwezigheid van substitutie aan de verschillen in motieven van deelnemers aan goede doelen loterijen resp. overige loterijen. In dit geval overlappen de doelgroepen juist. In het SEO rapport wordt dit niet opgemerkt.

⁴⁹ Zie voor meer uitleg hierover hoofdstuk 4.

⁵⁰ Nationale Postcode Loterij, Bankgiroloterij, VriendenLoterij (voorheen Sponsor Bingo Loterij).

⁵¹ Echter, een precieze referentie naar het gebruikte Motivaction onderzoek ontbreekt. Indien het het Motivaction onderzoek betreft dat APE in handen heeft gekregen, dan zijn de cijfers die SEO gebruikt daarin niet gepubliceerd. Daarom is het bij APE ook onbekend over wat voor deelname het hier gaat. Gaat het om eenmalige deelname, of een lidmaatschap? Werd de vraag gesteld of mensen wel eens hebben meegespeeld, of in een gedefinieerde tijdsperiode? In het eerste geval, als het gaat om incidentele spelers welke ooit hebben meegegaan, zeggen deze resultaten naar onze mening niet veel. Hooguit dat deze mensen sneller een loterij een keer proberen.

3.2 Onderzoek op buitenlandse markten

3.2.1 *Substitutie tussen offline loterijen*

In Amerikaanse studies wordt geen substitutie effect tussen loterijen onderling gevonden. Clotfelter en Cook (1993) en Gulley en Scott (1993) vinden geen negatief effect voor bestaande loterijen wanneer er meer concurrentie op de loterij markt optreedt. Echter, deze artikelen zijn vrij oud zijn en de Amerikaanse loterijmarkt was wellicht toen verre van verzadigd.

Recenter vonden Forrest et al. (2004) geen tot zeer kleine substitutie tussen de verschillende producten van de UK National Lottery. Zij analyseren vanaf 1997 de drie verschillende spelen die Camelot, de nationale loterij aanbieder in het Verenigd Koninkrijk, aanbiedt. Deze drie spelen zijn: de lotto (in omzet veruit het grootste product), krasloten en Thunderball. Thunderball is een lotto waarbij de hoofdprijs vast ligt. Deze drie spelen worden aangeboden door dezelfde aanbieder en hebben ook dezelfde afdrachtpercentages. Tussen de verkoop van de lotto en krasloten wordt zeer geringe substitutie gevonden. Indien de kraslotenverkoop met 10% stijgt, daalt de lotto verkoop met 1,07%. Indien de Thunderball verkoop met 10% stijgt, daalt de lotto verkoop met slechts 0,025%. Deze substitutie is niet symmetrisch. Indien de verkoop van de lotto stijgt, heeft dit geen bewezen invloed op de verkoop van de andere twee producten. Andersom, wordt er dus ook geen complementariteit gevonden.

De lotto heeft twee trekkingen per week, welke onderling een kruisprijselasticiteit hebben van 0,74, wat duidt op substitutie tussen trekkingen.

3.2.2 *Substitutie tussen loterijen en andere kansspelen*

In opdracht van European Lotteries and Toto Association, voerde London Economics (2006) een onderzoek uit naar de gevolgen van liberalisering van de kansspelmarkt. Zij concluderen, op basis van wetenschappelijke literatuur, dat loterijen substituten zijn voor andere vormen van kansspelen. Echter, deze conclusie is mager onderbouwd. Allereerst worden er diverse onderzoeken uit het Verenigd Koninkrijk besproken, welke zowel substitutie als complementariteit laten zien. Waarom uiteindelijk wordt geconcludeerd dat er dus substitutie plaatsvindt, is ons niet duidelijk. Vandaar dat wij enkele door hun besproken onderzoeken, hieronder zelf toelichten. Ook de berekeningen die worden uitgevoerd in het rapport, zijn

ons niet duidelijk en lijken elkaar tegen te spreken. Er wordt in dit onderzoek ook geconcludeerd dat liberalisatie van de kansspelmarkt grote effecten heeft voor de fondsen voor goede doelen (een daling van 35%).

In de Verenigde Staten is de opkomst van zowel Indian als Riverboat casino's aanleiding geweest tot onderzoek naar de substitutie tussen deze casino's en overige casino's dan wel loterijen. Alvorens het onderzoek te bespreken, beginnen we met een korte introductie van de begrippen Indian Casino's en Riverboat Casino's.

In de jaren 80 deed een rechter in de VS uitspraak dat Indiaanse stammen soeverein waren en daarom mochten kansspelen op Indiaanse grond niet verboden worden. Dat was het begin van de opkomst van *Indian Casino's*. In 1988 werd er een landelijke wet aangenomen (Indian Gaming Regulatory Act), waarin de Indian casino's zijn gereguleerd en speciale belastingregels zijn vastgelegd. Indian Casino's mogen kleine, sociale (Indiaanse) spelen aanbieden. Deze wet leidde tot een enorme groei in zowel aantal als omzet van Indian Casino's.

Riverboat casino's ontstonden begin van de 19^e eeuw op rivierschepen die dienden als vervoermiddel, waarop informeel gekaart werd door de passagiers. De aanleg van treinsporen verminderde de populariteit hiervan. De riverboat casino's verdwenen, om begin jaren 90 van de twintigste eeuw weer terug te keren, maar nu met een zeer gevarieerd spelaanbod. De meeste staten versoepelden toentertijd de wetgeving en er kwamen steeds meer Riverboat casino's.

Diverse onderzoeken vinden een negatief verband tussen diverse aspecten welke samenhangen met opbrengsten van loterijen en (verschillende vormen van) casino's. Zo vinden Siegel en Anders (2001) een significante elasticiteit van -0,375 tussen het aantal gokmachines in Indian Casino's en loterij omzet. Elliott en Navin (2002) vinden dat de aanwezigheid van Riverboat casino's de loterij opbrengsten verlaagt. Met behulp van VS data tussen 1989 en 1995 vinden zij een substitutie effect tussen de opbrengsten van de staat uit loterijen en de opbrengsten van de staat uit Riverboat Casino's. Elke extra belastingdollar behaald uit Riverboat Casino's, betekent een verlies van \$ 0,83 op de belastingopbrengst van loterijen. Elliott en Navin (2002) vinden geen significante samenhang tussen de belastingopbrengsten van Indian Casino's en loterijen. Later is deze studie van Elliott en Navin (2002) overgedaan door Fink en Rork (2003) met een groter time-frame: 1988-2000. In dit onderzoek wordt de gevonden substitutie tussen de belastingopbrengsten uit loterijen en belastingopbrengst

uit commerciële casino's bevestigd. Een verhoging van \$ 1 in de belastingopbrengsten van casino's, betekent een verlaging van \$ 0,56 in de belastingopbrengst uit loterijen. Dit gevonden effect is dus kleiner dan het effect gevonden door Elloit en Navin (2002), wat de auteurs verklaren door het feit dat Elliot en Navin uitsluitend staten bekijken die al een loterij hebben, wat een ongewenste selectie in de dataset betekent. Het in deze studie gevonden effect impliceert dat een consument die \$ 5 in het casino besteedt, \$ 1,60 minder aan loterijen uitgeeft.

De resultaten van Elliott en Navin (2002) doen vermoeden dat de substitutie tussen parimutuele weddenschappen⁵² en loterijen groter is in omvang (ongeveer 0,5).

Kearney (2005b) concludeert, gebruikmakend van data tot 1998, dat het bedrag dat huishoudens besteden aan gokken, toeneemt nadat een loterij is geïntroduceerd. Ook vindt Kearney dat volwassenen niet minder deelnemen aan andere kansspelen nadat een staatsloterij is geïntroduceerd. Op basis hiervan concludeert ze dat een introductie van een loterij, de overige gokopbrengsten niet vermindert. Omdat loterijtickets een lager uitkeringspercentage kennen dan andere kansspelen (in de VS), beargumenteert Kearney (2005a), kan het wel zo zijn dat er andersom wel substitutie is, zoals eerdergenoemde onderzoeken vinden. APE vermoedt dat hiermee wordt bedoeld dat wanneer een loterij geïntroduceerd wordt, dit geen bedreiging vormt voor de casino opbrengsten omdat een loterij minder aantrekkelijk is voor gokkers vanwege het relatief lage uitkeringspercentage (in de VS). Andersom is een opening van een casino wel een bedreiging voor een bestaande loterij omdat een casino, volgens Kearney (2005a), aantrekkelijker is in termen van verwachte winst. Helaas wordt de relatieve onaantrekkelijkheid van participatie in een loterij niet uitgewerkt door Kearney (2005a).

APE merkt uit de door Kearney (2005b) gebruikte data op, dat de toename van deelname van huishoudens in gokactiviteiten drastisch is verhoogd na introductie van de staatsloterij. Daarvoor waren alle vormen van kansspelen illegaal, dus het introduceren van een legale loterij maakte deelname aan kansspelen een stuk toegankelijker. Hierdoor wordt waarschijnlijk een nieuwe doelgroep aangeboord. Dus uit Kearney (2005b) volgt dat de sub-

⁵² Het parimutuele stelsel (pari-mutuel betting) is een verdeelsysteem dat voornamelijk wordt gebruikt in sportwedenschappen. De inleg van alle spelers komt in een pool en wordt, na aftrek van eventuele administratieve kosten e.d., verdeeld over de winnaars. Bij deze wedenschappen hangt de winst van de winnaar af van de inzet van alle spelers samen. Indien er minder op het winnende paard is ingezet, is de winst voor degenen die wel op het winnende paard hebben ingezet, hoger.

stitutie tussen illegale offline kansspelen en een legale staatsloterij, bij introductie van laatstgenoemde, klein is.

APE betwijfelt echter of deze conclusie gerechtvaardigd is. Het aandeel gokgerelateerde huishoudelijke consumptie haalt Kearney namelijk uit een categorie 'overig', er is in de data die zij gebruikt geen aparte categorie voor gokgerelateerde bestedingen.

3.3 Conclusies

De e-gamers ondervraagd door Motivaction (2009) in opdracht van Holland Casino, nemen allen ook deel aan offline kansspelen. Een substantieel aantal hiervan, 40%, geeft echter aan dit minder vaak te doen dan voorheen. Aangezien dit een groep kansspelers betreft die betrekkelijk veel uitgeven aan kansspelen, concludeert Motivaction dat deze substitutie tussen de online en offline markt substantieel kan zijn. Motivaction meent dat dit met name voor casino's zal gelden. H2 Gambling (2011), in opdracht van de online aanbieders, is echter van mening dat het wel mee zal vallen en dat offline aanbieders ook kunnen profiteren van legalisering van de markt.

Ook wanneer we ons richten op de offline markt, is het beeld niet eenduidig. Tussen offline loterijen onderling lijkt het substitutie effect beperkt. Nederlands onderzoek in een aantal Europese landen (Spanje en Zweden) vindt geen samenhang tussen goede doelen loterijen en Staatsloterijen. In Nederland wordt er substitutie tussen De Lotto en Staatsloterij gevonden en juist complementariteit tussen de drie goede doelen loterijen en de Staatsloterij. Engels onderzoek vindt geen tot zeer geringe substitutie tussen diverse loterijproducten van dezelfde aanbieder en geen complementariteit.

Hoewel er enige verschillen zijn in resultaten tussen de diverse onderzoeken, lijkt het er op dat in de VS sprake is van een substitutie effect tussen offline casinospelen en offline loterijen. Nu zijn resultaten vanuit de VS niet direct een op een door te vertalen naar Nederland. Er zijn verschillen in cultuur, maar ook in wetgeving en de populariteit van spelen is anders verdeeld. Tevens richten de onderzoeken die wij hebben gevonden, zich op de staatsopbrengsten. Vanwege verschillen in belastingtarieven tussen de producten die ook nog eens per staat verschillen, kunnen we uit deze onderzoeken niet afleiden in hoeverre financiële stromen zijn verlegd tussen de kansspelen.

4 EMPIRISCH ONDERZOEK

4.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is het onderzoek besproken dat SEO (2007) in opdracht van de Nationale Postcode Loterij heeft uitgevoerd. Allereerst is in dat onderzoek, voor drie Europese landen, de omzetontwikkeling van beide type loterijen in beeld gebracht. Op het oog, wanneer landen onderling worden vergeleken, lijkt er geen duidelijke samenhang te zijn tussen goede doelen loterijen en overige loterijen. Dit test SEO vervolgens door middel van een regressieanalyse binnen de landen. Uit Nederlandse omzetcijfers van loterijen bleek dat er substitutie (-0,15) was tussen de Lotto en de Staatsloterij, en complementariteit (0,36) tussen de drie goede doelen loterijen verenigd in de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V. en de Staatsloterij. Merk op dat De Lotto ook de Toto en krasloterij omvat.

Het is interessant om, gebruik makende van de regressie die SEO toepast, ook de substitutie tussen Holland Casino en loterijen te onderzoeken. Zijn deze producten nog heterogener dan goede doelen loterijen en de staatsloterij? Wat is het substitutie-effect tussen casino's en (goede doelen) loterijen? Als we dat voor de offline markt weten, kunnen we wellicht d.m.v. klantprofielen en productkenmerken een uitspraak doen over de substitutie tussen deze producten online en offline.

SEO gebruikt voor de kwantitatieve analyses omzetgegevens tot 2006. Uit jaarverslagen van College van Toezicht op Kansspelen blijkt dat er juist in 2007 sprake is van een trendbreuk in de omzet, zeker bij Holland Casino. Waar er vóór 2007 groei plaatsvond, is er na 2007 sprake van een daling in de omzet van Holland Casino en de omzet van de totale gokmarkt. Volgens H2 Gambling (2011) komt dit in de meeste Europese landen voor in 2007. Daarom breiden wij dit SEO onderzoek voor Nederland uit met meer recentere data en met cijfers van Holland Casino.

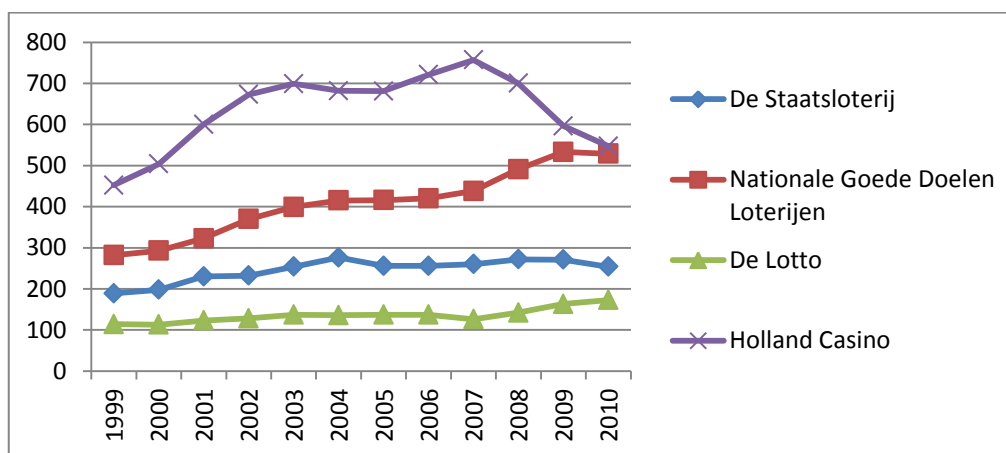
Voor deze analyse gebruikt SEO omzetgegevens van de jaren 1990-2006. Wij voegen de jaren 2007-2010 toe aan de analyse. Wij gebruiken hiervoor (voor inflatie gecorrigeerde) cijfers uit de jaarverslagen. Hierbij gaan we niet verder terug dan 1999, omdat data vóór dat jaar in het kader van dit onderzoek en binnen de beperkte tijd lastig te verkrijgen zijn. In paragraaf 4.2 brengen we de ontwikkeling op de Nederlandse offline kansspelmarkt in beeld. In paragraaf 4.3 gaan we in op de resultaten van de door ons uitgevoerde regressieanalyse.

4.2 Ontwikkeling op de Nederlandse offline kansspelmarkt

Uit jaarverslagen van het College van Toezicht op Kansspelen halen we Nederlandse omzetcijfers en spelopbrengsten voor loterijen⁵³, goede doelen loterijen⁵⁴ en Holland Casino. De goede doelen loterijen die samen zijn gaan werken in SNL, laten we hier buiten beschouwing wegens het samenwerkingsverband dat pas vanaf 2008 dateert.

Aangezien voor Holland Casino de omzet niet bekend is, maar uitsluitend de spelopbrengst, vergelijken we nominale (bruto)spelopbrengsten met elkaar in figuur 4-1. Deze figuur is bedoeld om een idee te geven van de verhoudingen in grootte tussen de verschillende loterijen en Holland Casino. De omzet is hoger dan de spelopbrengst. Omzet omvat namelijk ook prijzengeld. Aangezien hierover ook kansspelbelasting wordt betaald, kunnen de staatsinkomsten uit de loterijen en Holland Casino hoger zijn dan de waarden die in de grafiek worden getoond.

Figuur 4-1: Nominale spelopbrengsten van de Staatsloterij, Nationale Goede Doelen Loterijen, de Lotto en Holland Casino.



Opvallend is dat de spelopbrengst van Holland Casino, voorheen de speler met veruit de grootste spelopbrengst, vanaf 2007 dusdanig afneemt dat zij

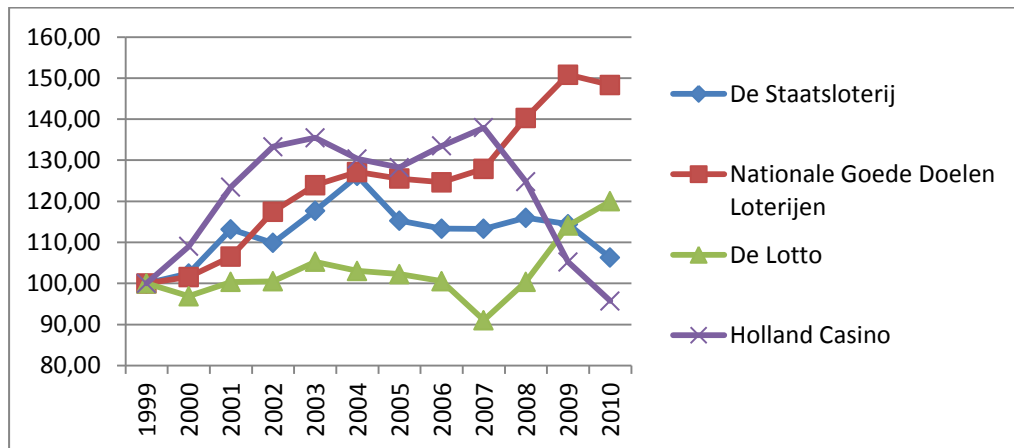
⁵³ De Staatsloterij en de Lotto. De Lotto omvat de producten Lotto, Toto en Krasloten. De Toto betreft sportweddenschappen en de krasloterij is een instantloterij. Echter, door beperking van een beschikbare opsplitsing in omzetcijfers, hebben wij er voorlopig voor gekozen dezelfde methode als SEO (2007) te hanteren.

⁵⁴ De drie goede doelen loterijen verenigd in Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V., te weten: VriendenLoterij (voorheen Sponsor Bingo Loterij), Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij.

nu een vergelijkbare spelopbrengst heeft als de drie Nationale Goede Doelen Loterijen gezamenlijk die een stijging in spelopbrengst te zien geven tussen 2007 en 2009. We zien dat de Staatsloterij een vrij constante spelopbrengst kende de afgelopen tien jaar. De spelopbrengst van de Lotto neemt vanaf 2007 licht toe, waar deze voorheen ook vrij constant was.

In figuur 4-2 is de reële ontwikkeling van de spelopbrengst van de Staatsloterij, de Nationale Goede Doelen Loterijen, de Lotto en Holland Casino te zien. Daarbij bekijken we de geïndexeerde⁵⁵ cijfers, waarbij 1999=100. We vergelijken de ontwikkelingen van de spelopbrengsten en onderzoeken of we aanwijzingen voor substitutie dan wel complementariteit tussen de producten zien.

Figuur 4-2: Reële ontwikkeling van de spelopbrengst van de Staatsloterij, Nationale Goede Doelen Loterijen, de Lotto en Holland Casino.



Opvallend is dat de reële spelopbrengst van Holland Casino na een periode van forse stijging begin van de eeuw, vanaf 2007 flink daalt. De spelopbrengst in 2010 was, reëel gezien, lager dan de spelopbrengst in 1999. Nominaal gezien is de spelopbrengst in 2010 voor Holland Casino € 547 mln., € 95 mln. meer dan in 1999, zoals weergegeven in grafiek 4-1. Deze reële daling gaat in eerste instantie gepaard met een groei van zowel de Lotto als de Nationale Goede Doelen Loterijen. Echter, in 2010 daalt ook de gezamenlijke reële spelopbrengst van de Nationale Goede Doelen Loterijen. Wij zien daarom op het oog geen verband tussen de ontwikkeling van de spelopbrengst van Holland Casino en Nederlandse loterijen.

⁵⁵ Op basis van HCPI.

De nominale spelopbrengst van de Staatsloterij is, zoals eerder gezegd, vrij constant. In geïndexeerde cijfers zijn echter altijd wat meer schommelingen te zien dan in de nominale cijfers. Tot 2004 gaat de stijging in reële spelopbrengst in de Staatsloterij, gelijk op met de stijging in reële spelopbrengst van de Nationale Goede Doelen Loterijen. Na 2004 daalt de spelopbrengst van de Staatsloterij echter, terwijl De Lotto en de Nationale Goede Doelen Loterijen over het algemeen in die periode een stijgende prijsopbrengst kennen. Gezien de aanvankelijk gezamenlijk stijging, zien we ook voor de Staatsloterij ten opzichte van andere loterijen geen aanwijzingen van substitutie dan wel complementariteit van goederen.

Ook tussen de Lotto en Nationale Goede Doelen loterijen lijkt de ontwikkeling in spelopbrengst onafhankelijk van elkaar. De eerste helft van het decennium vertoont de spelopbrengst van de Nationale Goede Doelen Loterijen een forse stijging, terwijl de spelopbrengst van De Lotto vrij constant blijft. Pas na 2007 stijgt deze laatstgenoemde, wanneer de spelopbrengst van de Nationale Goede Doelen Loterijen ook nog steeds een stijgende trend heeft. In het jaar 2010 stagneren deze spelopbrengsten echter, terwijl de spelopbrengst van De Lotto in 2010 hoger is dan in 2009.

Het bekijken van de ontwikkeling van omzetcijfers heeft het nadeel dat er externe factoren zijn waarvoor niet wordt gecorrigeerd. Wij houden bijvoorbeeld geen rekening met marketing van de producten en productinnovatie. Wij pretenderen dan ook het in kaart brengen van de omzetontwikkeling zoals in deze paragraaf gedaan, aangeeft of er sprake is van substitutie dan wel complementariteit van producten. Wat we wel op basis van deze grafieken kunnen concluderen, is dat wij geen aanwijzingen zien voor een samenhang tussen de in kaart gebrachte producten. In de volgende paragraaf onderzoeken we dat door middel van regressieanalyse.

4.3 Onderzoek naar samenhang

Om te onderzoeken of er samenhang bestaat tussen de verandering in omzet dan wel spelopbrengst van De Staatsloterij, Nationale Goede Doelen Loterijen, De Lotto en Holland Casino hebben we een aantal regressies uitgevoerd. Dit hebben we gedaan met de omzetcijfers en spelopbrengsten voor de jaren 1999-2010 welke we uit jaarverslagen van het College van Toezicht op Kansspelen hebben gehaald. Deze cijfers hebben we gecorrigeerd voor inflatie met behulp van de Nederlandse geharmoniseerde consumentenprijsindex (welke per maand wordt gepubliceerd door het CBS). Voor de regressie hebben we, net als SEO, de procentuele veranderingen

in omzet en spelopbrengst uitgerekend ten opzichte van het voorgaande jaar. Het algemene regressie model ziet er als volgt uit:

$$\frac{\text{omzet afh}(t) - \text{omzet afh}(t-1)}{\text{omzet afh}(t-1)} = \beta_0 + \beta_1 * \frac{\text{omzet verkl}(t) - \text{omzet verkl}(t-1)}{\text{omzet verkl}(t-1)} + u(t)$$

waarbij:

omzet afh(t)= de omzet van de afhankelijke variabele op tijdstip t
(gecorrigeerd voor inflatie)

omzet verkl(t)= de omzet van de verklarende variabele op tijdstip t
(gecorrigeerd voor inflatie)

β_0 = de constante

β_1 = de regressie coëfficiënt

$u(t)$ = de storingsterm

Allereerst hebben we de samenhang in omzetcijfers van de Nederlandse loterijen getest op dezelfde manier als SEO. Dit hebben we gedaan voor zowel de jaren 2000-2010 als voor de jaren 2000-2006 (de overlappende jaartallen met SEO). In figuur 4-3 zijn de combinaties van variabelen die we in deze regressies hebben gebruikt te zien. De resultaten van deze regressies waren niet significant bij een significantieniveau van 5%.

Figuur 4-3: De twee uitgevoerde regressieanalyses voor de groei van de Staatsloterij.

Afhankelijke variabele:	Model coëfficiënten:		
De Staatsloterij + De Lotto	Constante	Nationale Goede Doelen Loterijen	
De Staatsloterij	Constante	Nationale Goede Doelen Loterijen	Lotto

Vervolgens hebben we de analyses uitgebreid met Holland Casino. Hierbij waren we gedwongen over te stappen naar procentuele veranderingen in spelopbrengsten, omdat voor Holland Casino geen omzetcijfers bekend zijn. Hiervoor hebben we vooraf aan de regressie wederom inflatie gecorrigeerde procentuele veranderingen berekend. We hebben vier verschillende regressieanalyses uitgevoerd, met steeds andere afhankelijke variabelen. Deze vier regressieanalyses zijn terug te vinden in Figuur 4-4. Bij geen van de regressies hebben we, bij een significantieniveau van 5%, een verband gevonden tussen de procentuele verandering in spelopbrengst van de verschillende vormen van kansspelen.

Figuur 4-4: De vier uitgevoerde regressieanalyses voor de groei in spelopbrengsten van de Staatsloterij, Nationale Goede Doelen Loterijen en de Lotto.

<i>Afhankelijke variabele:</i>	<i>Model coëfficiënten:</i>	
De Staatsloterij + De Lotto	Constante	Holland Casino
De Staatsloterij	Constante	Holland Casino
Nationale Goede Doelen Loterijen	Constante	Holland Casino
Alle loterijen*	Constante	Holland Casino

* De Staatsloterij + De Lotto + Nationale Goede Doelen Loterijen

Wij vinden dus geen significante samenhang tussen de spelopbrengst dan wel omzet van loterijen in Nederland onderling, of tussen loterijen en Holland Casino. Wij vinden geen aanwijzingen voor substitutie, noch voor complementariteit. Het lijkt er daarom op dat het offline kansspelaanbod in Nederland onafhankelijk van elkaar is.

4.4 Conclusies

Empirisch gezien vinden wij geen aantoonbaar verband in de omzetontwikkeling tussen Nederlandse loterijen onderling, noch tussen de spelopbrengst van Nederlandse loterijen en Holland Casino. Hieruit kan niet geconcludeerd worden dat er geen verband bestaat, maar wel dat als er een verband bestaat, dit in ieder geval niet erg sterk is.

Dat SEO (2007) wel een verband vindt binnen de Nederlandse loterijmarkt, heeft waarschijnlijk te maken met de veranderingen op de Nederlandse kansspelmarkt die zich met name na 2007 aftekenen. In onze analyse hebben wij een ander tijdsinterval gebruikt dan SEO. Zoals te zien in de grafieken van dit hoofdstuk, is het jaar 2007 een trendbreuk in de ontwikkeling van de spelopbrengsten en de marktaandelen van de verschillende kansspelen.

De onderzoeksresultaten zouden wellicht sterker worden, indien gekeken kan worden naar maandcijfers, gecorrigeerd voor seizoenseffecten. Dit vergroot het aantal waarnemingen. Ook zou het interessant zijn om de casinospelen apart te bekijken: wat is de samenhang tussen de omzet voor pokeren en roulette? Op dit moment heeft APE echter geen beschikking over deze gegevens.

5 SYNTHESE

- Er zijn vooralsnog geen objectieve, wetenschappelijk verantwoorde studies beschikbaar die een betrouwbaar beeld kunnen geven van de omvang en oorzaken van mogelijke substitutie-effecten tussen de offline markt en de online markt centraal staat. Een verklaring daarvoor kan gelegen zijn in het feit dat de kansspelmarkt pas recent open is gesteld voor online aanbieders in een beperkt aantal landen waardoor er op dit moment nog onvoldoende data beschikbaar zijn om tot gevalideerde uitspraken te komen.
- De onderzoeken die pretenderen een beeld te geven van substitutie tussen de online markt en de offline markt baseren dit op zgn. beleden voorkeuren van potentiële deelnemers, niet op feitelijk gedrag. Daarbij worden niet zelden hypothesen mager onderbouwd en getoetst. Dit leidt tot onloochenbaar gepresenteerde conclusies die -afhankelijk van de in het geding zijnde belangen- variëren van een wenkend perspectief (bij introductie van online spelen zal de markt alleen maar groeien en zullen ook de bestaande offline aanbieders profiteren) tot doemscenario's (introductie van online spelen leidt tot kannibalisatie van de offline markt en tot het wegsmelten van de opbrengsten voor goede doelen).
- De profielen van Nederlandse deelnemers aan online kansspelen verschillen tot nu toe nog sterk van de profielen van Nederlandse deelnemers aan offline kansspelen. De gemiddelde e-gamer is relatief jong, man, hoger opgeleid en neemt vooral deel aan casinospelen (ook offline) vanwege het gemak en de spanning. De gemiddelde deelnemer aan loterijen is ouder dan 35 en vaker van het vrouwelijk geslacht. De gemiddelde Nederlandse casinobezoeker is ouder dan 55 en man.
- Onderzoek naar substitutie effecten *binnen* de offline loterij markt laat voor Nederland ten hoogste beperkte effecten zien. De beperkte omvang van de substitutie hangt niet zozeer samen met het goede doelenmotief van de consument, maar veeleer met marketinginspanningen en productinnovatie van de aanbieder die de verschillen in uitkeringspercentage tot nu toe compenseren. Ook in buitenlandse studies wordt slechts een zeer gering substitutie-effect tussen loterijen onderling gevonden.
- Amerikaanse studies vinden over het algemeen substitutie tussen offline loterijen en offline casinospelen. Door verschillen in cultuur (om-

vang en samenstelling bestedingen aan kansspelen), en regulering van kansspelen dient terughoudendheid te worden betracht bij de vertaling van de buitenlandse resultaten naar de Nederlandse situatie.

- De substitutie bij casinospelen tussen de Nederlandse offline en online markt is op dit moment beperkt. Daarbij dient te worden bedacht dat de online markt op dit moment weliswaar groeiende is, maar nog altijd – in vergelijking met de omvang van de offline markt- relatief bescheiden in omvang is.
- Er zijn voldoende redenen om de waarde van de substitutie effecten uit het verleden niet één op één door te vertalen naar de toekomst. Het substitutie effect zal uiteraard sterk afhankelijk zijn van de vormgeving en inrichting van de regulering en de keuzes die online aanbieders zullen maken. Buiten twijfel staat dat de nieuwe aanbieders op de online markt bij vergelijkbare spelvormen een geheel ander business model hanteren dat uitgaat van hoge uitkeringspercentages, een groot aantal deelnemers en forse marketing inspanningen die gericht zijn op een breed publiek. De hoge uitkeringspercentages van de buitenlandse online aanbieders, (die aanzienlijk hoger liggen dan de uitkeringspercentages van goede doelen loterijen) gevoegd bij hun potentieel om ook zeer hoge hoofdprijzen (en jackpot) aan te bieden, maken substitutie effecten zeer wel mogelijk, zeker in een krimpende offline markt zoals die in Europa in 2011 zichtbaar is.
- De omvang van de substitutie effecten zullen ook uiteenlopen tussen de verschillende spelvormen. De zgn. 'transactional based' kansspelen zoals loterijen en weddenschappen zijn gevoeliger voor de concurrentie van internet dan de zgn. 'experienced based gaming', zoals casino spelen, bingo en gokmachines.

Wat betreft de omvang van de substitutie dient te worden bedacht dat de gevoeligheid van de afdracht van loterijen aan goede doelen relatief groot is. Ook relatief beperkte substitutie-effecten kunnen forse financiële effecten hebben voor de goede doelen: een omzetverlies van 1% van De Lotto (SNS) en de drie goede doelen loterijen verenigd in de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V., leidt tot een verminderde afdracht aan goede doelen van € 4,5 mln.

BIJLAGE 1 LIJST VAN RESPONDENTEN

Namens de drie goede doelen loterijen	Sigrid van Aken, managing director Sandor Brouwer, business development director Novamedia Tatiana van Lier, public affairs
Namens de Staatsloterij	Arjan van t Veer, hoofd corporate affairs Evelyn Bak, directeur finance
Namens De Lotto	Tjeerd Veenstra, directeur
Namens het goede doelen platform	Hans Anker Alexander Rinnooy Kan
Namens STIOG	Robin Linschoten

BIJLAGE 2 BEGRIPPENLIJST

Kansspel	Een spel waarbij het winnen in hoge mate afhangt van geluk. Poker wordt hier in dit onderzoek ook toe gerekend.
Online kansspel	Een kansspel dat online wordt aangeboden.
Offline kansspel	Een kansspel dat offline wordt aangeboden.
Long-odds	Een kansspel waarbij de uitslag niet direct bekend is, bv. de Staatsloterij.
Short-odds	Een kansspel waarbij de deelnemer de uitslag vrijwel direct ziet, bv. roulette of krasloten.
E-commerce	Het gebruik van internet als verkoopkanaal voor een long-odds kansspel. Voor de bekende Nederlandse loterijen is dit legaal.
E-gaming	Interactieve kansspelen (short-odds) via internet aangeboden. In Nederland is dit voor zowel aanbieder als spelen illegaal.
Omzet	Totale inleg.
Uitkeringspercentage	Het percentage van de omzet dat een kansspel uitkeert aan prijzen aan deelnemers. Dit kunnen zowel geldprijzen als producten zijn.
Afdrachtpercentage	Het percentage van de omzet dat een kansspel afdraagt aan goede doelen.
Brutospelopbrengst	De omzet van een kansspelaanbieder verminderd met het uitgekeerde prijzengeld.
Netto-opbrengst	Winst i.e., omzet vermindert met uitgekeerde prijzen en kosten. In de prijzen zit de door de winnaar af te dragen kansspelbelasting inbegrepen.

BIJLAGE 3 LITERATUURLIJST

Adviescommissie Kansspelen via Internet (2010). Legalisatie van Kansspelen via Internet. Te verkrijgen via www.rijksoverheid.nl.

Boonstra, H.J., C.J. Versteeg en J.E. Wieringa (2007). Laat omzet niet aan het lot over! Ontwikkelingen in het Marktonderzoek, Jaarboek 2007, MarktOnderzoekAssociatie, 135–151.

Clotfelter, C.T. en P.J. Cook (1993). The Peculiar Scale Economies of Lotto. *American Economic Review*, 83(3), 634-643.

Crosbie, P. (1996). So what's your chances of winning £40m? *The Daily Express*, p. 27-29.

Davis, J.R., J.E. Filer en D.L. Moak (1992). The lottery as an alternative source of state revenue. *Atlantic Economic Journal*, 20, 1-10.

De Bruin D.E., C.J.M. Meijerman, F.R.J. Leenders en R.V. Braam (2006). Verslingerd aan meer dan een spel. Een onderzoek naar de aard en omvang van kansspelproblematiek in Nederland. Boom Juridische uitgevers, Meppel, ISBN 90-5454-692-1.

English, S. (1996). Skye's no limit in lottery giveaway. *The Times*, 4 oktober 1996, p.3.

Elliott, D.S. and J.C. Navin (2002). Has Riverboat Gambling Reduced State Lottery Revenue? *Public Finance Review*, 30(3), 235-247.

Kearney, M.S. (2005a). The Economic Winners and Losers of Legalized Gambling. *National Tax Journal*, 58, 281-302.

Kearney (2005b). State Lotteries and Consumer Behavior. *Journal of Public Economics*, 89, 2269-2299.

Farrel, L. E. Morgenroth en I. Walker (1999). A time-series analysis of U.K. lottery sales: long and short run price elasticities. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(4), 513-26.

Fink, S. en Rork, J. (2003). The Importance of Self-Selection in Casino Cannibalization of State Lotteries. *Economics Bulletin*, 8(10), 1-8.

Forrest, D., O.D. Gulley en R. Simmons (2002a). Substitution between games in the UK national lottery. *Applied Economics*, 36, 645-651.

Forrest D., R. Simmons en N. Chesters (2002b). Buying a dream: alternative models of demand for lotto. *Economic Inquiry*, 40(3), 485-496.

- Forrest, D., O.D. Gulley en R. Simmons (2004). Substitution between games in the UK national lottery. *Applied Economics*, 36, 645-651.
- Gulley, O.D. en F.A. Scott (1993). The demand for wagering on state-operated lotto games. *National Tax Journal*, 46(1), 13-22.
- Griffiths, M., H. Wardle, J. Orford, K. Sproston en B. Erens (2009). Socio-demographic Correlates of Internet Gambling: Findings from the 2007 British Gambling Prevalence Survey. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 199-202.
- H2 Gambling Capital (2011). An Independent Assessment of Various Taxation/ Licensing Models for Regulating Remote Gambling in The Netherlands. Te downloaden op www.stiog.nl.
- Kahneman, D. en A. Tversky (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-233.
- London Economics (2006). The case for State Lotteries. A report for the European Lotteries and Toto Association. Te downloaden op www.european-lotteries.org.
- Mikesell, J. (1994). State Lottery Sales and Economic Activity. *National Tax Journal*, 47(1), pp. 165-171.
- Motivaction (2005). Kansspelen via nieuwe media 2005. Monitor betaalde interactieve internetkansspelen en telefonische kansspelletjes. Projectnummer Motivaction I0785. Te downloaden op www.toezichtkansspelen.nl.
- Motivaction (2007). Kansspelen via nieuwe media 2007. Monitor betaalde interactieve internetkansspelen. Projectnummer Motivaction K0797. Beschikbaar via www.hollandcasino.nl.
- Motivaction (2009). Presentatie van het onderzoek "Kannibalisatie van online spelen", Projectnummer Motivaction M2089. Beschikbaar via www.hollandcasino.nl
- Pelozo, J. en D.N. Hassay (2007). Does Vice Make Nice? The Viability and Viuousness of Charity Lotteries. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 18(1), 57-80.
- Pemberton, A., A. Oostdijk, J. Wils en C. van der Werf (2002). Een spel met grenzen: de Nederlandse casinomarkt. Te downloaden op www.wodc.nl.
- Shapira, Z. en I. Venezia (1992). Size and Frequency of Prizes as Determinants of the Demand for Lotteries. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 52, 307-318.
- Siegel, S. en G. Anders (2001). The Impact of Indian Casinos on State Lotteries: A Case Sudy of Arizona. *Public Finance Review*, 29(2), 139-147.

Regioplan (2009). Aard en Omvang van Illegale Kansspelen in Nederland. Regioplan publicatienr. 1739. Te downloaden op www.wodc.nl.

SGBO, VNG en Eysink Smeets & Etman Beleidsonderzoek (1998). Hoe klein zijn de lokale kansspelen. In opdracht van College van toezicht op de kansspelen.

SEO (2007). Better chances for charity lotteries. Study on the regulation of European lottery markets. SEO report no. 2007-89. ISBN: 978-90-6733-453-2.

STIOG (2011). Position paper. Te downloaden op www.stiog.nl.

Walker, M.B. (1992). The Psychology of Gambling. International series in experimental social psychology. Pergamon: Oxford.