

Acht maanden

De legale markt voor online kansspelen in Nederland is nu acht maanden onderweg. Terugkijkend kunnen we vaststellen dat we een flinke stap vooruit hebben gezet. Tegelijkertijd zijn er ook nog zaken die beter moeten. Zo lijkt de kanalisatie goed op gang gekomen maar is tegelijkertijd maatschappelijk veel onrust ontstaan rondom online gokken. Er wordt veel gewaarschuwd voor een toename in de deelname en voor het ontstaan van meer probleemgokken. Het is daarom een goede zaak dat hierbij nu wordt stil gestaan en alle betrokkenen hierover gezamenlijk een dialoog kunnen voeren.

Consumentenbescherming door kanalisatie

In de Nederlandse kanspelregulering staat consumentenbescherming door middel van kanalisatie centraal. In plaats van een verbod leiden we de consument die wil gokken weg van het illegale aanbod naar het veilige, vergunde aanbod. De Wetgever heeft besloten dat de consument het best beschermd wordt door het online gokaanbod strak te reguleren en aanbieders die een vergunning aanvragen streng te controleren en toe te zien op een veilig en verantwoord gokaanbod. Aanbieders komen bepaald niet zo maar in aanmerking voor een vergunning. Europees gezien loopt Nederland in de voorhoede op het gebied van de consumentenbescherming. Het wettelijke stelsel dat in de afgelopen tien jaar is opgebouwd is robuust.

Toch heeft de marktopening in oktober vorig jaar, geleid tot onrust en bezorgdheid bij de bevolking en de politiek. Met name de schijnbaar plotselinge introductie en verhoudingsgewijs grote hoeveelheid reclame voor online gokken wekte ergernis en bezorgdheid. De toename in reclame was objectief gezien ook fors: we gingen van geen reclame voor online gokken, naar veel. Met de toename in gokreclame ontstond ook de angst dat Nederlanders massaal aan het online gokken waren geslagen. Evenwel waren er geen concrete aanwijzingen voor deze gevreesde toename.

Hoewel wij ons wel vooraf hebben ingespannen om die plotselinge toename in reclame te helpen voorkomen, zijn wij er helaas niet in geslaagd al voor de marktopening de totale reclamehoeveelheid in te toemen. Dit is een gemiste kans en dat trekken wij ons aan. Wel hebben wij in maart van dit jaar als gezamenlijke industrie onze verantwoordelijkheid genomen en zijn in gesprek met de Minister gekomen tot een stevig, aanvullend pakket van zelfregulering. De hoeveelheid gokreclame is sinds eind vorig jaar dan ook al behoorlijk afgenomen.

Bedachtzaam beleid gebaseerd op feiten en onderzoek

Het kansspelbeleid moet zorgvuldig zijn en zo veel mogelijk gebaseerd op feiten en onderzoek, in plaats van op angsten en aannames. Het maken van beleid op basis van bezorgdheid lijkt soms logisch en sympathiek maar werkt niet zelden onbedoelde en averechtse effecten in de hand. Zo speelt bijvoorbeeld een verbod op het aanbieden van weddenschappen op hoekschoppen of gele kaarten bij voetbal, onbedoeld malafide online gokaanbieders en matchfixing in de hand. Immers, bij het vergunde aanbod is de monitoring en controle op matchfixing zeer streng, bij de illegaliteit ontbreekt dit veelal. Of: een gokreclameverbod voor vergunde aanbieders speelt ongewild de illegale aanbieders in de kaart. Door een verbod op reclame voor het vergunde aanbod lopen consumenten dus juist meer risico.

Online Kansspel Barometer

Om een bijdrage te leveren en om op basis van onderzoek en cijfers het functioneren van het beleid en het stelsel te kunnen beoordelen en helpen verbeteren, heeft NOGA in 2020 het initiatief

genomen tot het instellen van een jaarlijks terugkerend consumentenonderzoek, uitgevoerd door Ipsos: de [Online Kansspel Barometer](#). Deze barometer kwam in maart 2021 voor het eerst uit en laat aan de hand van een aantal onderzoeksthema's zien hoe de gokkers zich gedragen en hoe het volgens hen gesteld is met de online gokmarkt. Zij beoordelen ook hoe goed of hoe slecht gokaanbieders het doen, bijvoorbeeld op het gebied van de zorgplicht of reclame. Deze gegevens worden vervolgens vergeleken met de voorgaande jaren, zodat na enige tijd een trend is te zien en de effectiviteit van beleid kan worden afgelezen.

Aantal gokkers

Uit de barometer van 2022 die is uitgevoerd in februari van dit jaar komt naar voren dat het aantal Nederlanders dat online gokt, gelijk is gebleven ten opzichte van het jaar ervoor. De legalisering van online gokken – en de introductie van reclame voor online gokken – heeft dus niet geleid tot een stijging in de deelname aan online gokken maar tot een verschuiving. De legalisering en de reclame voor het legale online gokken werken blijkbaar zoals zij bedoeld zijn: kanaliserend. Uit de barometer blijkt dat 78% van de ondervraagden uitsluitend nog speelt bij de vergunde aanbieders. Dat is een forse stap in de goede richting. Maar we zijn nog niet waar we moeten zijn. Iedere Nederlandse consument verdient de bescherming van de Nederlandse Wetgever. De doelstelling moet zijn om alle Nederlandse gokkers over te halen alleen nog bij legale sites te spelen, te kanaliseren.

Kanaliseren is een werkwoord: dit gaat constant door. Zo is er van oudsher een natuurlijke aanwas van consumenten die online wil gaan gokken en het is zaak dat ook zij de weg vinden naar het veilige en verantwoorde aanbod en niet in de tentakels van de criminelen belanden. En, de beoogde kanalisatiegraad kan worden gehaald op de ene dag maar er weer onder duiken op de volgende. De illegale aanbieders zitten immers ook niet stil. Tot op de dag van vandaag maken illegale aanbieders ook gewoon betaald online reclame voor hun illegale aanbod bij bijvoorbeeld zoekmachines, voor gokwebsites zoals www.casinoszondercruks.com. Reclame door vergunde aanbieders speelt in die strijd met de illegaliteit, bij de kanalisatie dus, voortdurend een belangrijke rol. Ook in zeer volwassen online gokmarkten zoals bijvoorbeeld in Denemarken, blijft het dag-in-dag-uit hard werken om met behulp van reclame de kanalisatie voortdurend te bevorderen en blijvend consumenten voor het legale aanbod te winnen.

Meer onderzoek

Naast het intensiveren van de strijd tegen het illegale aanbod en het blokkeren van de reclame die zij online maken, pleit NOGA er voor om gezamenlijk met alle betrokkenen nog veel meer in te zetten op onderzoek om de kanalisatie en consumentenbescherming verder te borgen. Zo zou voorafgaand aan een reclameverbod eerst de effecten van gokreclame op consumenten in de volle breedte nader moeten worden onderzocht. Het ligt daarbij voor de hand om dan naar alle gokreclame te kijken. De gemiddelde consument maakt – zo blijkt uit de barometer – bijvoorbeeld geen onderscheid tussen reclame voor verschillende soorten kansspelen (en tegenwoordig zelfs crypto's!). Uiteindelijk strijden al deze adverteerders om de aandacht van dezelfde consument. Uit dit verdere onderzoek zouden we bijvoorbeeld ook kunnen opmaken waar de kanalisatiebehoefte het grootst is en dus reclame het noodzakelijkst. Zo kan gokreclame doelgerichter en beter gedoseerd.

Daarnaast zou het goed zijn als de zorginstellingen en zelfhulpgroepen geaggregeerd en geanonimiseerd onderzoeken en bijhouden waar gokkers in problemen zijn gekomen, bij welke aanbieder(s). Momenteel is er geen beeld van en kan er dus ook onvoldoende op worden bijgestuurd of extra voorgelicht of gehandhaafd. Tenslotte zouden we ook graag inzetten op onderzoek naar effectieve middelen (zoals convenanten en handhaving), die zijn in te zetten in de strijd tegen het illegale aanbod en online reclame bijvoorbeeld via zoekmachines voor illegale online aanbieders

onmogelijk te maken. Wat werkt, wat niet en wat werkt mogelijk averechts. NOGA pleit voor een op feiten gebaseerde beleidsvorming.

Reclameverbod brengt nodeloos consumenten in gevaar

De eerder aangehaalde stijging in gokreclame heeft geleid tot het aannemen van een motie waarin de regering wordt opgeroepen om een verbod in te stellen op ongerichte reclame voor risicovolle kansspelen. NOGA is tegen een reclameverbod. Naast het feit dat de juridische rechtvaardigingsgronden voor een dergelijk verbod ontbreken en er geen voorbeelden te noemen zijn van landen waar zo'n reclameverbod goed functioneert en niet de-kanaliseert, schieten we met een verbod het doel voorbij. Reclame speelt een belangrijke rol in het geleiden van consumenten weg van het illegale aanbod naar het legale aanbod. Een reclameverbod zal de kanalisatie schaden en vooral de illegale aanbieders in de kaart spelen. Gokreclame is en blijft een noodzakelijk kwaad.

In plaats van een verbod pleiten wij er voor om in partnerschap met alle betrokkenen te komen tot een systeem van reclame volume beheersing. Eventueel zou de overheid hierbij een objectieve bovengrens en eerlijke verdeelsleutel voor de totale hoeveelheid beschikbare gokreclame kunnen vaststellen. Tegelijkertijd moet worden onderzocht wat het effect van de beperkende maatregelen is, op de kanalisatie maar ook bijvoorbeeld op de deelname aan gokken door jongvolwassenen en andere kwetsbare groepen. Dit alternatief komt tegemoet én aan de roep om matiging én aan de kanalisatiedoelstelling van de Wetgever.

Tot slot

Wij menen dat alle Nederlandse consumenten die online willen gokken, de bescherming van de Wetgever verdienen en vragen u het verbod op ongerichte gokreclame om te zetten in een inperking in de totale hoeveelheid gokreclame en gezamenlijk met de industrie en alle overige stakeholders de kanalisatie maximaal te bevorderen en te waarborgen. Daarnaast pleiten wij voor meer onderzoek en voor een op feiten gebaseerde beleidsvorming. NOGA is en blijft geëngageerd om samen met uw Kamer, de beleidsmakers, toezichthouder en alle andere belanghebbenden en betrokkenen een zo hoog mogelijke kanalisatie in Nederland te verzekeren. Graag blijven wij hierover met u in gesprek.