

Ministerie van Financiën, Ministerie van Justitie en Veiligheid
Turfmarkt 147
2511 DP Den Haag

Betreft: inbreng openbare internetconsultatie ontwerpbesluit Kansspelen op Afstand

Amsterdam, 1 november 2018

Geachte heer/mevrouw,

Screenforce reageert met onderstaande inbreng op de openbare internetconsultatie van het ontwerpbesluit Kansspelen op Afstand, dat regels stelt ter uitvoering van het wetsvoorstel Kansspelen op Afstand.

Screenforce, voorheen SPOT, is opgericht in 1995 en vertegenwoordigt de gezamenlijke belangen van de Nederlandse TV-zenders wat betreft reclame. Publieke en commerciële omroepen participeren actief in Screenforce. In dit kader is iedere regelgeving die de mogelijkheden van TV-reclame potentieel reguleert voor Screenforce relevant. In aanvulling op de zienswijzen die haar participanten mogelijk zelf zullen inbrengen, wil Screenforce graag het volgende onder uw aandacht brengen.

De wet Kansspelen op Afstand draagt zorg voor de modernisering van de Nederlandse online kansspelmarkt. In een gereguleerde markt is de zichtbaarheid van het vergunde en legale aanbod essentieel. Het wetsvoorstel is immers gericht op de kanalisatie van de vraag naar kansspelen op afstand naar een verantwoord, betrouwbaar en controlebaar aanbod door aanbieders met een Nederlandse vergunning. In deze context speelt reclame een belangrijke rol.

Zoals de wet Kansspelen op Afstand de consument bescherming biedt met een gereguleerd aanbod - ten opzichte van een markt die tot nu toe in het duister bleef - zo biedt de huidige regelgeving voor reclame voor kansspelen de consument bescherming tegen kansspelreclames die gericht zijn op kwetsbare groepen, dan wel aanzetten tot onmatige speldeelname. Zo is het vergunninghouders niet toegestaan wervings- en reclameactiviteiten specifiek te richten op deze kwetsbare groepen, waaronder minderjarigen, jongvolwassenen en probleemspelers. Ons land kent in vergelijking tot andere Europese landen een strikt kader van spelregels voor kansspelwerving- en reclameactiviteiten.

Screenforce kan zich vinden in het ontwerpbesluit uitgezette lijn, die ten aanzien van TV reclame geen nadere beperkingen introduceert, maar het huidige strikte regelgevend kader als uitgangspunt neemt. Screenforce bepleit dan ook geen verdere aanscherping van de huidige regels.

Zoals in artikel 3.3 van de [Memorie van Toelichting](#) terecht wordt opgemerkt, is het noodzakelijk dat het vergunninghouders toegestaan wordt reclame te maken voor hun legale kansspelen op afstand. Reclame is voor de kanalisatie een essentieel middel om spelers naar het vergunde aanbod te leiden en weg te houden van het illegale aanbod.

Uit analyses van vergelijkbare beperkingen in de reclame concludeert Screenforce dat het verder beperken van reclame op TV, bijvoorbeeld door een verbod op reclame tussen 19:00 en 21:00 uur, er niet toe zal leiden dat jongeren minder geconfronteerd worden met reclame voor online aanbod. Daarom sluiten wij ons graag aan bij de conclusies uit het onderzoek dat is verricht door [Station 10](#).



Indien TV-reclames pas na 21:00 uur mogen worden uitgezonden, is er onvoldoende zendtijd beschikbaar om te voldoen aan de vraag van kansspelaanbieders. Om dan aan de vraag naar zendtijd te voldoen zullen vergunninghouders de inzet van andere media, zoals internet, overwegen om de speler te bereiken. Het is dus aannemelijk dat een beperking van de reclamemogelijkheden op TV zal leiden tot een verschuiving van de kansspelreclame naar internet, waar de stap naar daadwerkelijke deelname aan een kansspel veel kleiner is dan bij TV-reclame.

Eventuele beperking van de mogelijkheid tot het uitzenden van kansspelreclame op TV is daarmee een middel dat niet het effect bereikt dat ermee wordt beoogd (minder deelname aan kansspelen door kwetsbare groepen).

Als het toegestane tijdvak voor TV-commercials kleiner wordt, door pas later op de avond commercials toe te staan, dan zullen bovendien minder reclameblokken gebruikt kunnen worden om het gewenste aantal kijkers te bereiken. Het aantal kijkers dat een commercial ziet neemt dus af. Echter, het aantal commercials per reclameblok zal toenemen. Dit is een ander ongewenst effect.

Screenforce dankt u voor de mogelijkheid om inbreng te geven op de openbare internetconsultatie van het ontwerpbesluit Kansspelen op Afstand. Wij bieden graag aan om indien gewenst nader in overleg te treden. Uiteraard is Screenforce beschikbaar voor vragen.

Met vriendelijke groet,



Michel van der Voort
Directeur Screenforce

