

Ministerie van Justitie

**Factsheets bij Evaluatie Gedragscode
promotionele kansspelen**

Datum: 11 januari 2008

Inhoudsopgave

Factsheet TV – Grote promotionele kansspelen	1
Factsheet TV – Kleine promotionele kansspelen	6
Factsheet Radio – Grote promotionele kansspelen	8
Factsheet Radio – Kleine promotionele kansspelen	11
Factsheet Uitgeverijen – Grote promotionele kansspelen	13
Factsheet Uitgeverijen – Kleine promotionele kansspelen	16
Factsheet Winkelketens – Grote promotionele kansspelen	18
Factsheet Winkelketens – Kleine promotionele kansspelen	21
Factsheet Producenten en dienstverleners – Grote promotionele kansspelen	23
Factsheet Producenten en dienstverleners – Kleine promotionele kansspelen	26
Factsheet Vergunninghouders – Grote promotionele kansspelen	28
Factsheet Vergunninghouders – Kleine promotionele kansspelen	31

Factsheet TV – Grote promotionele kansspelen

Beschrijving

De grote promotionele kansspelen worden aangeboden door de commerciële TV omroepen. Publieke omroepen bieden deze promotionele kansspelen niet aan.

Het aanbod op TV bestaat uit promotionele kansspelen die rond films, shows en dergelijke worden aangeboden en uit spellen die centraal staan gedurende 30 minuten durende uitzendingen. Deze laatste categorie grote promotionele kansspelen wordt in dit rapport aangeduid als belpellen.

Bij enkele promotionele kansspelen die gericht zijn op het promoten van een bepaald programma is het onduidelijk hoeveel prijzen er precies zijn te winnen. Doordat er meerdere rondes zijn, bestaat de indruk dat er meerdere prijzen zijn. Maar soms wordt er dan over één trekking gesproken. Het is dus onduidelijk of het gaat om één trekking met één prijs, of één trekking met meerdere prijswinnaars.

Bij de belpellen is het te winnen prijzenpakket niet altijd duidelijk. Dit geldt vooral voor de geldkoffers die worden aangeboden. Hierbij heeft een deelnemer niet altijd zekerheid over de inhoud van de koffer. Tevens is het bij deze belpellen onbekend hoeveel trekkingen er exact zijn.

Ten aanzien van de belpellen op TV is verder te constateren dat deze geen promotioneel karakter hebben: het te promoten product speelt een te ondergeschikte rol in het spel en draagt niet bij aan het spel. Deze belpellen worden als zelfstandige activiteit aangeboden en zijn daarmee in strijd met de Gedragscode.

Type aanbieder

Het aanbod wordt geleverd door de commerciële omroepen die zich richten op een breed (familie)publiek. De publieke omroepen, kinder- en muziekzenders hebben geen aanbod.

Gebruikt medium

TV-uitzendingen. Eén TV zender beidt via internet een groot promotioneel kansspel aan.

Looptijd

De looptijd varieert.

De kortste looptijd is als het spel eenmalig wordt gespeeld en de winnaar direct in de uitzending bekend wordt gemaakt. Veel spellen worden echter wekelijks aangeboden bij een bepaald programma. Het promotionele kansspel met de langste looptijd duurt 19 weken.

Belpellen (programma's gericht op het spelen van een spel) hebben per stuk een looptijd van 30 tot 60 minuten, maar worden wel elke week (meerdere malen) aangeboden.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Bel en sms-spellen: een promotioneel kansspel georganiseerd rondom of tijdens een bepaald programma (spelshow, film, serie, et cetera). Soms moet een vraag beantwoord worden, soms is het sms'en van een bepaald woord voldoende. Bij spelshows kan gestemd worden op een bepaalde kandidaat, iedereen die stemt dingt automatisch mee naar een prijs. Deze spellen lijken ter promotie van het programma waarin het spel wordt aangeboden.

Belspellen: belspellen die niet in het teken staan van een bepaald programma. Hierbij moet vaak een (eenvoudige) opgave opgelost worden (zoek de verschillen, zoek een woord, et cetera). Deelnemers kunnen de oplossing doorbellen. Het type spel varieert: of elke 6e of 10e beller komt in de finalepoule waaruit aan het eind een winnaar wordt getrokken, of je kunt tussendoor in de uitzending komen. Soms moet de winnaar nog een code raden of een kluis kraken om de grote prijs te winnen. De nadruk ligt bij deze spellen op het te winnen prijzenbedrag. Wel wordt (zeer kort) gemeld ter promotie waarvan die dag het spel is.

Internet: één omroep biedt via een website een prijsvraag aan. Deelname is per sms.

Omvang prijzenpakket

Bij promotionele kansspelen die gericht zijn op het promoten van een programma (serie, film, TV- show) is de totale marktwaarde van de prijzen de ene keer hoger en de andere keer lager dan € 4.500. De prijzen die bij deze promotionele kansspelen zoal te winnen zijn, zijn bijvoorbeeld een reis, een home theatre system, een tuinpakket, een ipod, een metamorfose en portfolioshoot, een meubelstuk of een sloep.

In onze meting hebben we het begrip TV- programma benaderd als een eenmalige of terugkerende uitzending op TV. Een programma is eenmalig in het geval het een film betreft. Een programma duurt meerdere weken indien het een serie betreft. De diverse belspellen op TV die gedurende een dag plaats vinden hebben wij gezien als aparte programma's. Zij het dat soms na een onderbreking (reclame, serie) weer verder wordt gegaan met eenzelfde programma. Op 1 dag worden er dan ook meerdere programma's, zijnde belspellen, uitgezonden.

De omvang van het prijzenpakket verschilt sterk. De belspellen bieden vaak meerdere spellen per uitzending aan. Per spel komt de waarde van de prijs meestal niet boven de € 4.500 uit, maar per uitzending gewoonlijk wel. Het is niet duidelijk of de waarde van het prijzenpakket boven de grens van €100.000 uitkomt per jaar. Onze verwachting is dat de waarde van het prijzenpakket voor sommige spellen daar bovenuit komt.

Aantal promotionele kansspelen per jaar per product, dienst of organisatie

Het totale aanbod per jaar per omroep is onbekend, maar groot te noemen (relatief veel aanbod). Per programma varieert het aantal promotionele kansspelen van een eenmalige actie tot een wekelijkse actie gedurende de looptijd van de serie/programma.

Aantal trekkingen

Bij de bel en sms-spellen die een programma promoten is sprake van één trekking in de gehele actieperiode, of één trekking tijdens elke uitzending (gedurende de duur van het programma).

De kans op misleiding doet zich voor bij spellen waar onduidelijkheid bestaat over het aantal trekkingen. Sommige aanbieders maken de winnaars van één trekking niet gelijktijdig bekend, maar maken bijvoorbeeld ieder uur één winnaar bekend. Hierdoor ontstaat de indruk van een groter aantal deeltrekkingen waardoor potentiële deelnemers een hogere winkans zullen verwachten. Wanneer niet duidelijk wordt gecommuniceerd dat in een eerder stadium één trekking is uitgevoerd om de winnende nummers te bepalen kan dit dus misleidend zijn.

De belspellen kennen een groot aantal trekkingen (minimaal 1 per dag, meestal meer; gedurende het gehele jaar). Of het aantal trekkingen per gepromoot product 13 is of daaronder blijft, is onduidelijk. Bij bepaalde belspellen kunnen meerdere deelnemers in de uitzending komen, totdat het goede antwoord is gegeven. Hier is sprake van meerdere trekkingen per spel. Het totaal aantal trekkingen is in dit geval niet vooraf bekend.

Hoogte van de communicatiekosten

In alle gevallen houden de commerciële aanbieders van promotionele kansspelen zich aan de grens van € 0,60 per deelname. In een enkel geval behelzen de kosten minder dan € 0,60 per deelname.

Bij veel promotionele kansspelen kan de winkans worden verhoogd door extra meerkeuze vragen te beantwoorden, dit varieert van 6 tot 15 extra vragen. Meestal wordt in de voorwaarden vermeld, dat een goed antwoord op een nieuwe vraag een nieuwe deelname aan het spel is. Wat dan ook inhoudt dat voor deze nieuwe deelname ook opnieuw betaald moet worden.

De mogelijkheid om extra vragen te beantwoorden kan echter misleidend zijn voor een deelnemer. De deelnemer krijgt het aanbod om meer kans te maken om te winnen door het beantwoorden van een tweede vraag. Echter, in feite is dit tweede sms-bericht niets anders dan een tweede deelname aan het spel, waarbij de winkans gelijk is aan de winkans bij de eerste deelname. Maar bij de deelnemer ontstaat de indruk dat door het goed beantwoorden van de tweede vraag de winkans substantiëler is dan wanneer hij of zij opnieuw (vanaf het begin, dus de eerste spelvraag) zou sms-en.

Aanwijzing van winnaars

Bij de bel en sms-spellen rondom programma's bepaald meestal een computer ad random de winnaar. In een enkel geval is in de voorwaarden niet duidelijk op welke wijze de winnaar wordt aangewezen.

De belspellen hebben in de voorwaarden staan op welke wijze de winnaar wordt aangewezen. Bij sommige belspellen wordt dit ook in de uitzending gezegd, bij andere niet. Vaak is sprake van een 6^e of 10^e bellerlijn: elke 6^e of 10^e beller gaat door naar de finalepoule, waaruit een winnaar wordt getrokken.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

Bij de bel en sms-spellen is bijna altijd via internet en teletekst te vinden wanneer de winnaar bekend wordt gemaakt. Veelal is dit binnen een week. Alleen de winnaar wordt hierbij ingelicht.

Bij de belpellen wordt de winnaar direct in de uitzending bekend gemaakt.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Bij de bel- en sms-spellen is het voor een deelnemer duidelijk welke activiteit verricht moet worden, wil kans worden gemaakt op de prijs. Wel is soms sprake van ondoorzichtigheid over het aantal trekkingen, de te winnen prijzen en het beantwoorden van extra vragen om kans te maken op de prijs.

Voor de deelnemers aan belpellen is goed te zien wat de kern van het spel is. Een eenvoudige opgave oplossen en het antwoord doorbellen is hierbij de kern van de te verrichten activiteit. Dat er gebruik wordt gemaakt van een bepaald beller systeem en van een finale pool om de winnaar te bepalen, wordt er niet altijd bij gezegd in de TV-uitzending. Hierdoor kan de indruk ontstaan dat een beller meteen in de uitzending kan komen en direct kans maakt op de prijs.

Bij sommige belpellen is het eveneens niet altijd duidelijk dat er op het eind nog een kluis gekraakt moet worden of een code geraden moet worden. De grootte van de kans om de prijs daadwerkelijk te winnen is dan ook minder doorzichtig.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Bij alle grote promotionele kansspelen staat in de voorwaarden aangegeven wat de leeftijd is waarop iemand mee mag doen. Voor sommige spellen moet een deelnemer 18 jaar of ouder zijn en voor sommige spellen moeten deelnemers tot 16 jaar toestemming hebben van een ouder.

Op papier wordt dus aandacht besteed aan deelname door minderjarigen. Maar de controle op de leeftijd van de deelnemer in de praktijk is licht.

Spelvoorwaarden

De moedermaatschappijen van de zenders hebben de algemene voorwaarden opgesteld voor de zenders die hun toebehoren. Daarnaast zijn er specifieke spelvoorwaarden voor de afzonderlijke spellen.

Bij de bel-en sms-spellen ontbreekt in de spelvoorwaarden een enkele keer informatie rondom de klachtenprocedure of de datum van de uitreiking van prijzen. In een enkel geval is onduidelijk hoe en wanneer de trekking precies plaatsvindt. Verder is niet altijd duidelijk hoeveel trekkingen er zijn. Dit komt doordat niet duidelijk wordt gemaakt of er na elke uitzending een winnaar wordt getrokken, of pas aan het eind van de looptijd van het programma (dat maanden kan lopen).

De belpellen voldoen in beperkte mate aan de spelvoorwaarden. Zo is bij één moedermaatschappij uit de spelvoorwaarden (op teletekst en internet) niet precies af te leiden hoe de wijze van deelname verloopt bij de belpellen. De toepassing van de geest van de Gedragscode is bij de belpellen voornamelijk discutabel.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De informatie en de spelvoorwaarden zijn goed te vinden, zowel op teletekst als op de websites. Tijdens de uitzending wordt in beeld verwezen naar de teletekstpagina's. Bij belspellen wordt soms ook gezegd dat de voorwaarden op teletekst staan.

Factsheet TV – Kleine promotionele kansspelen

Beschrijving

De kleine promotionele kansspelen worden zowel door publieke als door commerciële TV zenders aangeboden. Het aanbod hiervan concentreert zich op internet, waarbij de deelname gratis is. De prijzen die een deelnemer kan winnen zijn relatief klein, zoals een dvd of een boek.

Type aanbieder

Publieke en commerciële omroepen.

Gebruikt medium

De internetsites. Soms zijn de promotionele kansspelen gelinkt aan een bepaald TV programma.

Mail & win: Bij één commerciële aanbieder kun je via de nieuwsbrief meedoen aan een prijsvraag. De nieuwsbrief met de prijsvraag wordt ontvangen per email en het antwoord moet tevens gemaild worden.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Op de internetsites staan vaak prijsvragen waarbij het antwoord op de website kan worden ingevuld.

Bij het mail & winspel krijgt de deelnemer de prijsvraag per email en kan het antwoord ook worden gemaild.

Om deel te nemen aan sommige van deze promotionele kansspelen is het nodig dat de deelnemer zichzelf eerst registreert, inlogt of ergens voor aanmeldt.

Omvang prijzenpakket

De omvang van het prijzenpakket varieert. Voorbeelden van prijzen zijn: een dvd, een Nintendo Wii, een cd, een computergame, kaartjes voor een evenement, een boek, et cetera. Het totale prijzenpakket komt niet boven een waarde van € 4.500 uit.

Hoogte van de communicatiekosten

Om te kunnen deelnemen aan de aangetroffen kleine promotionele kansspelen is alleen een internetverbinding nodig. Verder zijn aan deelname geen communicatiekosten verbonden, waardoor de deelname gratis is.

Aanwijzing van winnaars

De aanwijzing van de winnaars is onbekend. De moedermaatschappijen van de zenders hebben vaak algemene spelvoorwaarden opgesteld. Hierin staat echter niet precies beschreven hoe de winnaars worden aangewezen. Dit staat namelijk vaak vermeld in de specifieke spelvoorwaarden. Deze specifieke spelvoorwaarden zijn echter niet opgesteld voor de kleine promotionele kansspelen en dat hoeft ook niet. Maar wel staat in de Gedragscode vermeld dat de aanwijzing van de winnaars op onpartijdige wijze moet geschieden en dit is dus niet met zekerheid te zeggen.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

Bij het promotionele kansspel in de nieuwsbrief staan de winnaars de week na de actieperiode vermeld op de website.

Bij de promotionele kansspelen van één zender staan de winnaars vermeld op de site.

Bij een andere zender staat in de spelvoorwaarden vermeld dat er wordt getracht om de winnaars binnen 30 dagen bericht te geven.

Bij twee zenders staan de winnaars binnen 3 maanden op de website.

Bij de promotionele kansspelen van overige TV zenders is geen informatie gevonden over wanneer de winnaars bekend worden gemaakt.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

In het algemeen is het duidelijk wat er van de deelnemer wordt verwacht voor het deelnemen aan het promotionele kansspel, wat de prijzen zijn en wat de einddatum is.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

De commerciële omroepen hebben bepalingen omtrent deelname door minderjarigen opgenomen. Dit varieert van een vereiste minimumleeftijd van 16, 18, of tot het hebben van toestemming van een ouder of wettelijke vertegenwoordiger. Bij de publieke omroepen staat niets vermeld over de deelname voor minderjarigen. De mate van controle op de leeftijd van een deelnemer is bij deze internetspellen onbekend.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

Via internet is de benodigde informatie goed te vinden.

Factsheet Radio – Grote promotionele kansspelen

Beschrijving

Het aanbod via de radio wordt voornamelijk gevormd door zenders die zich richten op jongeren en popmuziek. Deze zenders bieden doorlopend één of meerdere promotionele kansspelen aan.

Bij twee radiozenders zijn geen spelvoorwaarden gevonden en is eveneens onduidelijk wat de hoogte van de communicatiekosten zijn. Deze zenders handelen in strijd met de Gedragscode door geen spelvoorwaarden voor grote promotionele kansspelen op te stellen en ook niet aan te geven wat de hoogte van de communicatiekosten zijn.

Bij de overige radiozenders zijn spelvoorwaarden opgesteld, maar deze voldoen niet volledig aan de Gedragscode. De datum van trekking is meestal de dag waarop de radio uitzending plaatsvindt, maar dit wordt niet expliciet genoemd. Verder ontbreken onderdelen als de wijze van trekking, vermelding van een klachtenprocedure en de vermelding dat in overeenstemming wordt gehandeld met de Gedragscode. In de radio uitzendingen zelf wordt de inhoud van het prijzenpakket en op welke wijze iemand kan deelnemen verteld, maar wordt niet verwezen naar de voorwaarden die bijvoorbeeld op internet staan.

Type aanbieder

5 van de 7 onderzochte commerciële radio stations en 1 publieke radio zender bieden grote promotionele kansspelen aan.

Gebruikt medium

De radio uitzendingen en de websites.

Looptijd

De looptijd varieert van de duur van het programma tot enkele weken.

Essentie kansspel(type)

SMS & win en bel & win.

In sommige gevallen moet een vraag beantwoord worden. Vaak is het horen van een nummer of een bepaald geluid voldoende.

Omvang prijzenpakket

Het prijzenpakket varieert. Voorbeelden van prijzen zijn: een dvd, een pokerclinic, een pc, een waardebon, een lunch in een limousine, navigatiesystemen, kaartjes voor een concert, et cetera.

Aantal promotionele kansspelen per jaar per product, dienst of organisatie

Het aanbod concentreert zich voornamelijk in bepaalde radioprogramma's. Hierbij wordt vaak op internet vermeld dat het spel ter promotie van een bepaald product is (vaak de te winnen prijs, of de sponsor die de prijs betaald). Door het structurele karakter lijkt het daarnaast ook te gaan om promotie van het programma, dan wel de zender.

Aantal trekkingen

Niet alle radiozenders vermelden hoeveel trekkingen er plaatsvinden. Twee zenders vermelden in de spelvoorwaarden dat er één trekking is per actie. Vaak kan het aantal trekkingen berekend worden: in de uitzending wordt dan gezegd dat er elke dag of aan het eind van de week een winnaar bekend wordt gemaakt. In een enkel geval zijn er 60 trekkingen.

Hoogte van de communicatiekosten

Communicatiekosten variëren van gratis tot €0,60 per deelname. Bij twee radio omroepen was door het luisteren naar de radio programma's en het bezoeken van de internetsite niet te achterhalen wat de hoogte van de communicatiekosten zijn.

Aanwijzing van winnaars

In de meeste gevallen is duidelijk hoe de winnaars worden aangewezen. Veelal staat in de voorwaarden aangegeven dat dit plaatsvindt door een onafhankelijke derde of een onpartijdig computerprogramma. Vaak wint beller nummer 'x' en dit wordt dan ook in de uitzending genoemd.

Bij de meeste zenders wordt tijdens de uitzending de aanwijzing van de winnaars vermeld.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

De winnaars worden binnen 3 maanden bekend gemaakt, waarbij het voorkomt dat de winnaars op internet bekend worden gemaakt. Vaak worden winnaars direct in de uitzending vermeld. Bij één zender is het onbekend hoe en wanneer de winnaars bekend worden gemaakt.

Inhoudelijke informatie over het promotioneel kansspel

Het is duidelijk wat er van deelnemers wordt verwacht om deel te nemen aan het promotionele kansspel. De te winnen prijzen worden in de uitzendingen en ook op internet vermeld.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

In bijna alle voorwaarden is een bepaling opgenomen over minderjarigen. Bij twee zenders, zonder spelvoorwaarden, is dit niet gedaan.

Spelvoorwaarden

Bij twee radiozenders die promotionele kansspelen aanbieden zijn geen spelvoorwaarden gevonden. Dit zijn tevens de zenders waar de communicatiekosten onduidelijk zijn en er geen bepaling is opgenomen over de deelname van minderjarigen.

De overige zenders hebben voorwaarden, maar deze voldoen geen van allen geheel aan de Gedragscode. Missende elementen zijn vaak: datum van trekking, wijze van trekking, klachtenprocedure en een vermelding dat in overeenstemming met de code wordt gewerkt.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De beschikbare informatie is goed te vinden op internet. Tijdens uitzendingen wordt er nauwelijks verwezen naar de voorwaarden. Wel worden elementen van de voorwaarden genoemd (bijvoorbeeld hoe de winnaar wordt bepaald en wat gewonnen kan worden).

Factsheet Radio – Kleine promotionele kansspelen

Beschrijving

De kleine promotionele kansspelen worden aangeboden door zowel publieke als commerciële radiozenders. De deelname is gratis, waarbij vaak een prijsvraag op internet beantwoord moet worden om te kunnen meedingen naar de prijs.

De voorwaarden die commerciële zenders hebben opgesteld, gelden voor alle promotionele kansspelen die zij aanbieden en hierdoor automatisch ook voor de kleine promotionele kansspelen.

Type aanbieder

Commerciële en publieke radiostations

Gebruikt medium

Internet

Essentie promotioneel kansspel(type)

Het beantwoorden van een vraag op de internetsites (mail & win).

Bij één promotioneel kansspel was het niet nodig om een vraag te beantwoorden om mee te doen.

De promotionele kansspelen lijken ter promotie van de te winnen producten. Dit staat echter in het merendeel niet specifiek vernoemd.

Omvang prijzenpakket

Het prijzenpakket varieert. Voorbeelden van prijzen: een CD, DVD, concert kaartjes, een reis, een navigatiesysteem en (VIP)kaartjes voor een evenement.

Hoogte van de communicatiekosten

De deelname is gratis.

Aanwijzing van winnaars

Enkele zenders hebben spelvoorwaarden waarin wordt vermeld dat de winnaars door een derde of een computerprogramma worden aangewezen. Bij de andere zenders is dit niet aangegeven.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

Niet alle radiozenders vermelden of de resultaten binnen 3 maanden worden bekendgemaakt. Wel zetten meerdere aanbieders de winnaars binnen deze termijn op de website, waardoor dus wel wordt voldaan aan deze voorwaarde.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Het duidelijk wat er van de deelnemer wordt verwacht bij het deelnemen aan een klein promotioneel kansspel. De te winnen prijzen staan op de websites beschreven.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Indien er spelvoorwaarden zijn, dan wordt vermeld dat deelnemers meerderjarig moeten zijn of dat deelnemers toestemming nodig hebben. Onduidelijk is op welke manier dit gecontroleerd wordt.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De beschikbare informatie is goed te vinden op de websites.

Factsheet Uitgeverijen – Grote promotionele kansspelen

Beschrijving

De grote promotionele kansspelen van uitgeverijen worden gevonden in wekelijkse, huis aan huis bladen (zoals een regionale krant) en in maandelijks en wekelijkse magazines. Het gaat vaak om puzzels en prijsvragen.

De informatie over de prijzen en hoe meegedaan kan worden is duidelijk. Overige informatie ontbreekt en er zijn geen spelvoorwaarden opgesteld. De communicatiekosten betreffen in twee gevallen € 0.80 cent.

De prijzenpakketten zijn per promotioneel kansspel lager dan de grens van € 4.500, maar doordat in elke uitgave een spel wordt aangeboden is de waarde van het totale prijzenpakket hoger. De prijs die hierbij gewonnen kan worden varieert wel, maar het lijkt erop dat het spel ter promotie van het blad is en niet zozeer van de prijzen zelf. Hierdoor moet in onze ogen de totale waarde van het te winnen prijzenpakket bij elkaar worden opgeteld en is de totale waarde hoger dan € 4500.

Type aanbieder

Diverse week- en maandbladen en plaatselijke weekbladen (huis-aan-huiskranten).

Gebruikt medium

Het eigen blad.

Looptijd

Deelname kan veelal gedurende een week tot een maand nadat het blad uitgekomen is.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Het merendeel betreft prijspuzzels. De oplossing kan doorgebeeld worden.

De overigen promotionele kansspelen betreffen spellen waarbij een beller een gelukscode krijgt. De uitslag wordt direct bekend gemaakt.

Omvang prijzenpakket

De omvang van het prijzenpakket varieert van € 778 tot € 3.500. In enkele gevallen is de totale waarde van het prijzenpakket duidelijk weergegeven. Niet voor alle prijzen is dit het geval. Prijzen variëren van sieraden tot hotelarrangementen.

Aantal promotionele kansspelen per jaar per product, dienst of organisatie

Van de uitgeverijen die onderzocht zijn in de betreffende periode, bevat elke uitgave van de bladen een promotioneel kansspel. In één blad zijn twee promotionele kansspelen aangetroffen. In twee verschillende plaatselijke weekbladen is exact hetzelfde spel gevonden.

Er wordt niet vermeld ter promotie waarvan de promotionele kansspelen zijn, dit is dan ook niet eenduidig.

Aantal trekkingen

Bij de spellen waarbij de deelnemer moet bellen zijn vooraf de winnende gelukscodes geselecteerd. Hierbij is sprake van één trekking. Bij de andere spellen is het niet aangegeven, maar ligt één trekking in de lijn der verwachting.

Hoogte van de communicatiekosten

De prijspuzzels kosten €0,35 of €0,60 per gesprek. In één geval zijn dit de kosten per minuut, waarbij niet is aangegeven hoelang een gesprek duurt. De deelnamekosten zijn bij deze dus niet helder weergegeven.

De aangetroffen spellen waarbij de deelnemer moet bellen en een gelukscode krijgt, rekenen €0,80 per gesprek en komen dus boven de grens van €0.60 uit.

Aanwijzing van winnaars

Er is niet bekend gemaakt hoe de winnaars aangewezen worden. Bij de spellen met de gelukscode is wel aangegeven dat de codes vooraf zijn getrokken.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

In de regel worden de resultaten binnen drie weken bekendgemaakt.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

De informatie over de prijzen en hoe meegedaan kan worden is duidelijk. Overige informatie ontbreekt. Bij de twee lokale weekbladen waarbij exact hetzelfde spel wordt aangeboden, wordt niet duidelijk aangegeven dat het spel in meerdere weekbladen staat (en de winkans dus navenant kleiner is).

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Er zijn geen bepalingen opgenomen over de deelname van minderjarigen.

Spelvoorwaarden

Er zijn geen spelvoorwaarden gevonden en er wordt ook niet naar verwezen.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De informatie die er is staat duidelijk in het blad. Dit is echter zeer summier.
Aanvullende informatie is niet voorhanden.

Factsheet Uitgeverijen – Kleine promotionele kansspelen

Beschrijving

Het aanbod van kleine promotionele kansspelen is te vinden bij huis-aan-huis kranten en landelijke dagbladen. De prijswinnaars worden vaak in het blad bekend gemaakt. De te winnen prijzen hebben een relatief lage waarde. De informatie die wordt gegeven beperkt zicht tot de wijze van deelname en de te winnen prijzen.

Type aanbieder

Diverse plaatselijke weekbladen (huis-aan-huiskranten) en landelijke dagbladen.

Gebruikt medium

De krant zelf.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Prijspuzzel waarvan de juiste oplossing per briefkaart opgestuurd kan worden of langs gebracht kan worden bij de redactie. De prijspuzzels worden wekelijks aangeboden.

Bij één aanbieder betrof het een puzzelspecial.

Omvang prijzenpakket

De omvang varieert tussen € 12,50 en € 25.

Hoogte van de communicatiekosten

Kosten van een postzegel of gratis.

Aanwijzing van winnaars

Er is niet aangegeven op welke wijze de winnaars worden aangewezen.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

De resultaten worden vaak een week later in het blad bekend gemaakt.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

De informatie over de te winnen prijs en de manier van deelname is duidelijk weergegeven. Meer informatie is niet gegeven.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Er is geen bepaling gegeven over deelname door minderjarigen.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De informatie over de prijs en hoe deelgenomen kan worden is duidelijk. Extra informatie is niet aanwezig.

Factsheet Winkelketens – Grote promotionele kansspelen

Beschrijving

Bij vier winkelketens en één thuiswinkel zijn grote promotionele kansspelen gevonden. Één winkelketen organiseert in samenwerking met een landelijke productproducent het promotionele kansspel.

Bij deze vijf aanbieders betalen deelnemers geen communicatiekosten. De mate waarin de spelvoorwaarden voldoen aan de Gedragscode is verschillend. De totale waarde van het prijzenpakket ligt bij één aanbieder op de grens van €100.000.

Type aanbieder

Vier winkelketens en één thuiswinkel (welke twee promotionele kansspelen aanbiedt).

Gebruikt medium

Website, folders, in de filialen en via radiocommercials.

Looptijd

De looptijd varieert tussen 3 weken, 6 weken, 3 maanden en 1 jaar. Voor één promotioneel kansspel is de looptijd onbekend.

Essentie promotioneel kansspel(type)

In twee gevallen wordt gewerkt met een kraslot. In twee andere gevallen met een vraag die via internet beantwoordt kan worden. De thuiswinkel maakt gebruik van actiecodes die abonnees krijgen.

Omvang prijzenpakket

De prijzenpakketten zijn allen boven de € 4.500 en waarschijnlijk onder de € 100.000 (incl. kansspelbelasting). Dit valt echter niet voor alle prijzen met 100% zekerheid te zeggen, omdat de exacte waarde van het prijzenpakket niet altijd vermeld staat. Wel kan door het analyseren van de te winnen prijzen een schatting worden gemaakt van de totale waarde van het prijzenpakket. Op deze manier is de schatting dat de waarde van het totale prijzenpakket bij alle aanbieders onder de € 100.000 valt.

Bij twee winkelketens is de exacte waarde van het prijzenpakket wel gegeven, namelijk € 7.580 en € 10.000. Bij één aanbieder bevat het prijzenpakket waardebonnen, schaalmodellen en een auto. Een andere aanbieder geeft gratis

proefritten (met een x aantal kilometers) weg en een auto. De thuiswinkel biedt prijzen aan van € 100.000 en van € 10.000. Zowel de € 100.000 als de € 10.000 zijn 1 prijs die iemand in totaliteit kan winnen.

Aantal promotionele kansspelen per jaar per product, dienst of organisatie

De winkelketens bieden de promotionele kansspelen eenmalig aan. De thuiswinkel biedt meerdere kansspelen aan.

Bij één winkelketen wordt de winkel zelf gepromoot. Bij de overige drie winkelketens is de promotie waarschijnlijk ook de winkel zelf, maar dit is echter niet met 100% zekerheid te zeggen.

Aantal trekkingen

Bij twee aanbieders is het aantal trekkingen onbekend. Bij een derde aanbieder is er één trekking vooraf, door een gerechtsdeurwaarder. Bij een andere aanbieder wordt vermeld dat de aanwijzing van de winnaar willekeurig plaatsvindt, maar hierbij wordt niet het aantal trekkingen aangegeven. Bij de thuiswinkel is sprake van één trekking per promotioneel kansspel, vooraf door een notaris.

Hoogte van de communicatiekosten

Deelname is in alle gevallen gratis.

Aanwijzing van winnaars

Bij één winkelketen heeft de trekking plaatsgevonden door de gerechtsdeurwaarder. Bij een winkelketen met de kraslotenactie weet de deelnemer direct welke prijs gewonnen is.

Bij één winkelketen worden na sluiting de winnaars willekeurig gekozen. Onbekend is hoe dit plaatsvindt. Bij de vierde winkelketen is het geheel onduidelijk hoe de winnaar aangewezen wordt. Bij de thuiswinkel heeft een notaris vooraf winnende codes toegekend. Na sluitingstermijn worden deze bekend gemaakt.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

In één geval is het onbekend. In de andere gevallen worden de winnaars tijdig op de hoogte gesteld, waarbij de termijn varieert van direct, binnen 10 dagen, binnen 3 weken en binnen 3 maanden.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Bij drie winkelketens en de thuiswinkel is duidelijk op de website te vinden hoe de promotionele kansspelen werken en ook zijn de voorwaarden goed te vinden. Bij de vierde winkelketen staat alleen in de reclamefolder beperkte informatie.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

In één geval is in de spelvoorwaarden niets opgenomen over minderjarigen. Alle andere aanbieders doen dit wel. Bij de één wordt gevraagd om toestemming van

een ouder indien iemand onder de 16 jaar is, bij de andere is de verplichting van 18 jaar gesteld.

Spelvoorwaarden

De mate waarin de spelvoorwaarden van de aanbieders aan de Gedragscode voldoen is nogal verschillend. Zo voldoen de spelvoorwaarden van één winkelketen geheel aan de Gedragscode.

Bij twee winkelketens wordt er slecht dan wel matig aan de Gedragscode voldaan. Missende elementen zijn bijvoorbeeld een adres, vermelding waar klachten kenbaar kunnen worden gemaakt en de datum van de uitreiking van de prijzen.

Bij een vierde winkelketen zijn geen expliciete spelvoorwaarden gevonden. Tevens staat niet vermeld waar verdere informatie en/of voorwaarden te vinden zijn. Enkel de informatie die bij het spel zelf wordt gegeven is gevonden, maar hierin staat niet alles vermeld wat volgens de Gedragscode zou moeten.

Bij de thuiswinkel voldoen de voorwaarden bijna geheel aan de Gedragscode. Het is onduidelijk wanneer de prijzen worden uitgereikt en waar personen klachten kenbaar kunnen maken.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De informatie en de spelvoorwaarden zijn bij drie winkelketens en de thuiswinkel gemakkelijk te vinden. Bij één winkelketen is de informatie beperkt en zijn er geen spelvoorwaarden aangetroffen.

Factsheet Winkelketens – Kleine promotionele kansspelen

Beschrijving

Een diversiteit aan winkelketens biedt één of meerdere kleine promotionele kansspelen aan. De informatie die wordt gegeven beperkt zich vooral tot de wijze van deelname en het prijzenpakket. Enkele aanbieders geven ook informatie omtrent de bekendmaking van de resultaten en één aanbieder geeft aan hoe de aanwijzing van de winnaars plaatsvindt.

Opvallend is dat bij één promotioneel kansspel autorijlessen gewonnen kunnen worden, maar dat er geen bepaling over de deelname van minderjarigen is aangetroffen.

Type aanbieder

Elf winkelketens bieden een promotioneel kansspel aan en drie winkelketens bieden meerdere verschillende kleine promotionele kansspelen aan.

Gebruikt medium

Alle winkelketens maken gebruik van internet. Verder wordt ook gebruik gemaakt van eigen magazines, reclamefolders en de winkel zelf.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Deelname geschied op verschillende wijze. Deze zijn: gegevens achterlaten (2x), code van de kassabon invullen op internet (2x), puzzeltje oplossen (6x), aanmelden voor een nieuwsbrief (3x) en deelname aan een consumentenonderzoek (1x).

Omvang prijzenpakket

De omvang van het prijzenpakket is in alle gevallen kleiner dan € 4.500. Voorbeelden van prijzen zijn: een rijopleiding, een boek, een foto camera, reizen, DVD's, een waardebon, speelgoed, kaarten voor een voetbalwedstrijd en een reis.

Hoogte van de communicatiekosten

Twee winkelketens bieden de mogelijkheid aan om via internet mee te doen of een briefkaart te versturen, waarbij de kosten dan één postzegel betreffen. In de andere gevallen is deelname gratis.

Aanwijzing van winnaars

Bij één winkelketen staat aangegeven dat de winnaars willekeurig worden getrokken door een computer. De aanwijzing van de winnaars is in de andere gevallen onbekend.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

Niet altijd is aangegeven wanneer de resultaten bekend worden gemaakt. In drie gevallen wordt het wel vermeld (en is het binnen 3 maanden). Bij twee aanbieders worden de winnaars na de trekking op internet vermeld. Dit is binnen drie maanden.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

In alle gevallen is duidelijk op welke wijze deelgenomen kan worden. Bij een aantal aanbieders is onduidelijk hoeveel prijzen er precies te winnen zijn.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Bij geen van de promotionele kansspelen is een bepaling omtrent minderjarigen opgenomen. Ook niet bij het promotionele kansspel waar een rijopleiding gewonnen kan worden.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De beschikbare informatie is goed vindbaar.

Factsheet Producenten en dienstverleners – Grote promotionele kansspelen

Beschrijving

Zes aanbieders bieden grote promotionele kansspelen aan.

De spelvoorwaarden voldoen in verschillende mate aan de Gedragscode. Bij één aanbieder voldoen de voorwaarden slecht aan de gestelde eisen. Er ontbreken meerdere elementen, zo is onder andere niet aangegeven hoe klachten kenbaar gemaakt kunnen worden en wordt niet vermeld dat deelnemers onder 16 toestemming nodig hebben om deel te nemen.

Type aanbieder

Zes producenten hebben in de actieperiode een groot promotioneel kansspel aangeboden.

Gebruikt medium

Via internet, de verpakking van de producten en tweemaal via reclame op TV.

Looptijd

De looptijd van de promotionele kansspelen is 7 maanden, 4 maanden, 3 maanden, 29 en 7 weken.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Bij vier aanbieders moet een code die op de verpakking van het product staat, op internet ingevoerd worden. Bij één aanbieder moeten op internet een aantal vragen worden beantwoord. Bij één aanbieder bestaat het promotionele kansspel uit het raden van de juiste oplossing en het doen van een test.

Omvang prijzenpakket

De omvang van de prijzenpakketten is divers. Voorbeelden zijn: MacBook, broodmachine, blender, ontbijtservice, Playstation, reischeque, auto, waardecheque, mp3 speler, geschenkverpakking en een reis naar Kenia. In de meeste gevallen is meer dan één prijs te winnen. De totale waarde van het prijzenpakket komt boven de €4.500 uit, maar niet boven de €100.000.

Aantal promotionele kansspelen per jaar per product, dienst of organisatie

Het aantal promotionele kansspelen per jaar is onbekend. De promotionele kansspelen lijken in het merendeel van de aanbieders ter promotie van het product van de eigen producent. Dit staat echter niet in alle gevallen specifiek aangegeven.

Aantal trekkingen

Bij één promotioneel kansspel vindt wekelijks een trekking plaats voor een periode van 7 maanden. Hiermee wordt de grens van maximaal 13 trekkingen overschreden. Een ander promotioneel kansspel heeft 12 trekkingen, twee promotionele kansspelen hebben 1 trekking. Bij de twee overige promotionele kansspelen wordt niet duidelijk gemaakt hoeveel trekkingen er plaatsvinden.

Hoogte van de communicatiekosten

De deelname aan al deze grote promotionele kansspelen is gratis.

Aanwijzing van winnaars

In drie gevallen wordt de trekking door een onafhankelijke derde gedaan (in één geval betreft dit een advocaat). In de andere gevallen is niet bekend wie de trekking verricht. Wel is – op twee promotionele kansspelen na – aangegeven hoe de aanwijzing geschied (veelal per loting).

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

In één geval is het onbekend op welke termijn de winnaar bekend wordt gemaakt. In de andere gevallen is het of direct of binnen maximaal een week.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Via de internetsites is de informatie goed vindbaar.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Alle aanbieders hebben een bepaling dat minderjarigen toestemming van ouders of een wettelijke vertegenwoordiger moeten hebben. De leeftijdsgrens varieert: 18 jaar, 16 jaar en in één geval 12 jaar. Deze laatste aanbieder voldoet hiermee niet aan de Gedragscode.

Spelvoorwaarden

Alle aanbieders hebben spelvoorwaarden opgesteld. Bij één aanbieder voldoen de voorwaarden op veel punten niet aan de Gedragscode, ondanks dat de aanbieder meldt dat de voorwaarden in overeenstemming zijn met de code. Aspecten die niet goed zijn betreffen: klachtenprocedure, hoe de winnaar wordt bepaald, toestemming minderjarigen alleen onder de 12 jaar en inhouding kansspelbelasting.

Bij een tweede aanbieder zijn er meer dan 13 trekkingen en is onduidelijk hoe de winnende codes zijn bepaald.

Bij één aanbieder is onduidelijk hoeveel trekkingen er zijn en hoe de winnaars precies worden bepaald. Bij aanbieder vier is onduidelijk wanneer de uitreiking van de prijs plaats vindt, maar verder voldoen de voorwaarden aan de Gedragscode. Bij twee aanbieders voldoen de voorwaarden volledig aan de Gedragscode.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De informatie is snel en gemakkelijk via de websites te vinden.

Factsheet Producenten en dienstverleners – Kleine promotionele kansspelen

Beschrijving

Er is in de onderzoeksperiode één aanbieder gevonden met een klein promotioneel kansspel. De waarde van de prijs is onder de € 4.500 en de deelname is gratis. Voor dit kleine promotionele kansspel heeft de aanbieder spelvoorwaarden opgesteld, die op één punt na voldoen aan de Gedragscode. De voorwaarden hoeven echter niet aan de Gedragscode te voldoen.

Type aanbieder

Eén producent biedt een klein promotioneel kansspel aan.

Gebruikt medium

Internet en verpakkingen product.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Het op internet invullen van een code die op de verpakking staat.

Omvang prijzenpakket

Het betreft een prijzenpakket van € 15. Onbekend is hoeveel pakketen exact weggegeven worden.

Hoogte van de communicatiekosten

De deelname is gratis.

Aanwijzing van winnaars

De winnaars zijn vooraf bepaald door een trekking, alleen is onbekend op welke wijze de trekking heeft plaatsgevonden. Wel staat vermeld dat dit plaatsvindt door een onpartijdige derde.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

Een deelnemer ziet meteen of hij/zij gewonnen heeft.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Het is voor deelnemers duidelijk op welke wijze aan het spel kan worden deelgenomen. Het is onduidelijk hoeveel prijzen er in totaal te winnen zijn.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Een deelnemer onder de 18 jaar moet toestemming hebben.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De beschikbare informatie is goed vindbaar op de website.

Factsheet Vergunninghouders – Grote promotionele kansspelen

Beschrijving

Eén vergunninghouder biedt één groot promotioneel kansspel aan en een andere vergunninghouder biedt twee grote promotionele kansspelen aan. Het aanbod concentreert zich rondom programma's op TV, maar er is ook een promotioneel kansspel gevonden dat via internet wordt aangeboden.

Voor deze grote promotionele kansspelen zijn spelvoorwaarden opgesteld, die in twee gevallen bijna geheel aan de Gedragscode voldoen. Bij één promotioneel kansspel, dat via internet wordt aangeboden, wordt geheel niet aan de Gedragscode voldaan. Het merendeel van de aspecten uit de Gedragscode is niet opgenomen in de spelvoorwaarden.

Type aanbieder

Twee vergunninghouders bieden grote promotionele kansspelen aan. Hiervan biedt één vergunninghouder twee verschillende promotionele kansspelen tegelijkertijd aan. Het aanbod concentreert zich rondom TV-programma's.

Gebruikt medium

Televisie en internet.

Looptijd

Bij één promotioneel kansspel is de looptijd onduidelijk, doordat onbekend is hoelang het specifieke TV programma uitgezonden wordt. In ieder geval is dit meerdere maanden. Per uitzending wordt een trekking gehouden.

Bij een tweede promotionele kansspel is de totale looptijd van het programma 9 maanden, maar de deelname aan het promotionele kansspel is alleen mogelijk tijdens de uitzending van het specifieke programma. Bij dit promotionele kansspel wordt aangegeven dat het spel soms ter promotie van een product en soms ter promotie van het programma is. De ruimte die de Gedragscode biedt op dit punt, wordt dan ook benut.

Bij een derde promotioneel kansspel is de mogelijkheid van deelname een week, maar het promotionele kansspel zelf heeft een (onbekende) looptijd van langer dan een week.

Bij twee promotionele kansspelen is de looptijd dus onbekend. Hierbij is mogelijk sprake van een looptijd van meer dan 13 weken en dus ook mogelijk meer dan 13 trekkingen.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Alle aangeboden promotionele kansspelen zijn gerelateerd aan een TV programma.

In één geval betreft het een kijkersvraag via internet. Kijkers kunnen zich hierbij ook abonneren op een email service zodat elke week de nieuwe vraag per email wordt toegezonden.

De andere twee promotionele kansspelen lopen gedurende de uitzending. Bij één promotioneel kansspel moet een vraag beantwoord worden (telefonisch of per sms). Bij de laatste moet de juiste oplossing geraden worden (per sms).

Omvang prijzenpakket

Het prijzenpakket varieert. Voorbeelden zijn: TV, scooter, waardecheque, fotoprinter, camera, Ipod, portable DVD speler, DVD recorder et cetera.

Bij het spel dat via internet wordt gespeeld zijn de prijzen van relatief kleinere waarde. Aangezien het spel wekelijks wordt gespeeld is de verwachting dat de totale waarde van het prijzenpakket boven de € 4.500 uit komt. Doordat het spel gekoppeld is aan het gelijknamige TV programma, dezelfde naam heeft en er wekelijks nieuwe deelname aan het promotionele kansspel mogelijk is, is aannemelijker dat dit promotionele kansspel ter promotie van het TV-programma is dan dat het ter promotie van de te winnen prijzen is.

Aantal promotionele kansspelen per jaar per product, dienst of organisatie

Onduidelijk. Deze vergunninghouders bieden doorlopend promotionele kansspelen aan.

Eén aanbieder geeft aan dat het promotionele kansspel afwisselend ter promotie van het programma en ter promotie van de prijzen is. Bij de andere aanbieder staat niet aangegeven wat er gepromoot wordt.

Aantal trekkingen

Bij elke TV uitzending vindt één trekking plaats. Het totaal aantal uitzendingen wordt door één aanbieder niet aangegeven.

Het internetspel heeft wekelijks een trekking. Onbekend is hoeveel weken dit spel loopt.

Hoogte van de communicatiekosten

De kosten voor deelname bij de bel- en sms-spellen bedragen € 0,60. Het internetspel is gratis.

Aanwijzing van winnaars

Bij één promotioneel kansspel vindt aanwijzing door een notaris plaats. Bij één promotioneel kansspel vindt de trekking plaats op willekeurige wijze door een computer. Voor één promotioneel kansspel is de wijze van aanwijzing van de winnaars onbekend.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

Eenmaal zijn de uitkomsten in de uitzending bekend, eenmaal direct na de uitzending. In één geval staan de winnaars binnen een week op internet.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Op de website is duidelijk te vinden hoe de promotionele kansspelen werken. Tevens zijn er spelvoorwaarden opgesteld.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Bij twee promotionele kansspelen moeten de deelnemers 18 jaar of ouder zijn. Bij één promotioneel kansspel is toestemming nodig van ouders voor deelnemers tot 16 jaar.

Spelvoorwaarden

Twee spelvoorwaarden voldoen bijna geheel aan de Gedragscode. Zo is het bij het ene promotionele kansspel onduidelijk wanneer de uitreiking van de prijzen plaatsvindt en bij het andere promotionele kansspel ontbreekt er informatie over de klachtenprocedure.

Voor het internetspel zijn enkele voorwaarden opgesteld, maar deze voldoen niet aan de Gedragscode.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De beschikbare informatie en de spelregels zijn goed via internet te vinden.

Opmerking:

Een gesprekspartner van de vergunninghouders geeft aan dat een promotioneel kansspel dat zij aanbieden een klein promotioneel kansspel is en geen groot promotioneel kansspel. Uit de analyse van dit promotionele kansspel ten tijde van het onderzoek is echter niet duidelijk gebleken dat het een klein promotioneel kansspel betrof. Dit promotionele kansspel is dan ook onder de rubriek groot promotioneel kansspel geplaatst.

Factsheet Vergunninghouders – Kleine promotionele kansspelen

Beschrijving

Bij twee vergunninghouders zijn kleine promotionele kansspelen gevonden. Deze worden aangeboden via het internet en de deelname is gratis. De essentie van het spel is het beantwoorden van een prijsvraag of het oplossen van een puzzel. Er is informatie over de wijze van deelname en de te winnen prijzen.

Type aanbieder

Twee vergunninghouders hebben meerdere kleine promotionele kansspelen aangeboden.

Gebruikt medium

Internet.

Essentie promotioneel kansspel(type)

Deelname geschiedt door een lot te kopen, een vraag te beantwoorden of een puzzel op te lossen.

Omvang prijzenpakket

Het prijzenpakket varieert. Voorbeelden van prijzen zijn: een headset, kaartjes voor een evenement, een digitaal foto album, een TV en loten.

Hoogte van de communicatiekosten

Er zijn geen kosten aan de deelname verbonden.

Aanwijzing van winnaars

Onbekend.

Bekendmaking resultaten binnen 3 maanden na beëindiging van het spel

De resultaten worden op de websites vermeld. Dit is binnen 3 maanden.

Inhoudelijke informatie over het promotionele kansspel

Het is duidelijk op welke wijze de deelnemer deel kan nemen aan het spel en wat gewonnen kan worden.

Deelnamemogelijkheden voor minderjarigen

Op de website staan geen voorwaarden met betrekking tot deelname voor minderjarigen.

Vindbaarheid/toegankelijkheid van de informatie

De beschikbare informatie is goed vindbaar en toegankelijk.