

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

1872

Vragen van het lid **De Wit** (SP) aan de minister van Justitie over *een reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij* (ingezonden 17 februari 2009)

1 Herinnert u zich de vragen over een reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij?¹

2 Wat was de reactie op uw brief aan de Nationale Goede Doelen Loterijen waarin u uitdrukkelijk vraagt om te stoppen met reclameacties die lijken op de «win-elk-uur» acties, zoals de uitlating «Iedereen een LCD-TV en 1 op de 4 wint € 7.500,00 gegarandeerd!»?

3 Kent u de nieuwe reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij, die onder andere ondersteund wordt met reclameacties op tv, waarbij miljoenen Nederlanders een envelop hebben ontvangen met de teksten «Bingo Studio UITNODIGING» en «Hartelijk welkom in de studio», bevattende een brief met de kop «Iedereen een GRATIS thuisbioscoop-set² en 1-op-4 wint € 7.500,00» en een toegangskaartje voor twee personen voor twee zitplaatsen in de studio?

4 Deelt u de mening dat de nieuwe reclamecampagne een kopie is van

de eerdere campagne die u beoordeelde als niet passend binnen een restrictief kansspelbeleid?

5 Welke actie gaat u ondernemen nu de Sponsor Bingo Loterij zich blijkbaar niets aantrekt van uw eerdere nadrukkelijke verzoek om met deze vorm van reclame te stoppen?

6 Wilt u deze vragen beantwoorden vóór het algemeen overleg over kansspelen op 5 maart 2009?

¹ Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2007–2008, nr. 1812

² www.sponsorloterij.nl: «De thuisbioscoop ter waarde van € 1099,00 bestaat uit een 82 CM Samsung LCD-TV compleet met Blu-ray speler en een home cinema set.».

Antwoord

Antwoord van minister **Hirsch Ballin** (Justitie) (ontvangen 10 maart 2009)

1 Ja.

2 Op 22 februari 2008 heb ik de Nationale Goede Doelen Loterijen een brief gestuurd over de win-elk-uur acties met de uitdrukkelijke vraag die acties niet langer te organiseren op de wijze zoals die destijds plaatsvond. Kernpunt hierbij was dat onvoldoende duidelijk was dat er

geen sprake was van een trekking op ieder uur, zoals in de campagne werd gesuggereerd. De Nationale Goede Doelen Loterijen hebben mij in reactie op de brief laten weten dat zij naar aanleiding van de brief in daaropvolgende reclameacties extra aandacht hebben besteed aan de briefteksten bij win-ieder-uur acties.

3 Ja.

4 Ik constateer dat de huidige reclamecampagne vanuit het oogpunt van zorgvuldigheid ten opzichte van de campagne «Iedereen een LCD-TV en 1 op 4 wint € 7.500,00 gegarandeerd» van vorig jaar op onderdelen is verbeterd. Zo luidt de slogan van de actie thans: «Iedereen een gratis thuisbioscoop-set en 1-op-de-4 wint € 7.500,00». De term «gegarandeerd» wordt in de huidige slogan niet gehanteerd. In de tekst van de huidige mailing is vermeld dat de ontvanger van de brief kans maakt als kandidaat bij de opnames van Bingo-TV aanwezig te zijn. Mededelingen dat men op een specifiek tijdstip aanwezig zou moeten zijn of dat men zich moet afmelden bij verhindering, zoals vorig jaar werden gedaan, ontbreken in de huidige mailings. Op het in de mailings bijgevoegde

toegangkaartje voor twee personen is meegedeeld dat men moet meespelen met de Sponsor Bingo Loterij om kans te maken als kandidaat te worden uitgenodigd. Verder zijn de actievoorwaarden vermeld op de achterzijde van de brieven bij de mailings, terwijl dat vorig jaar niet het geval was. Niettemin bevatten de reclame-uitingen nog steeds onduidelijkheden. Het vergt van de (potentiële) deelnemers enige bestudering om de actie goed te kunnen doorgronden. Zo wordt door de gebruikte slogan gesuggereerd dat iedereen een gratis thuisbioscoop krijgt, terwijl dat niet het geval is. Tevens blijkt naar mijn mening in onvoldoende mate dat alle bestaande deelnemers aan de Sponsor Bingo Loterij kans maken als kandidaat te worden uitgenodigd.

5

Gelet op de wijzigingen ten opzichte van de actie van vorig jaar heb ik niet de indruk dat de Sponsor Bingo Loterij zich niets heeft aangetrokken van mijn verzoek van 22 februari 2008. Dat laat echter onverlet dat de informatie voor de (potentiële) deelnemers voor verbetering vatbaar is. Vorig jaar heeft het Nederlands Kansspel Platform (NKP) een evaluatie van de gedrags- en reclamecode kansspelen uitgevoerd. Zoals ik eerder heb toegezegd zal ik binnenkort in mijn reactie daarop aangeven op welke punten de gedrags- en reclamecode aangepast moet worden. Daarin zullen deze en vergelijkbare reclameacties worden meegenomen.

6

Ik beantwoord deze vragen vóór het algemeen overleg over kansspelen, dat inmiddels is verplaatst naar 19 maart 2009.