

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

861

Vragen van het lid **Van der Graaf** (ChristenUnie) aan de Minister voor Rechtsbescherming over *de reclameactiviteiten van Toto* (ingezonden 4 november 2019).

Antwoord van Minister **Dekker** (Rechtsbescherming) (ontvangen 28 november 2019). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2019–2020, nr. 810.

Vraag 1

Bent u bekend met het feit dat Toto, via de partnermailing van de KNVB, kopers van kaartjes voor wedstrijden van het Nederlands elftal benadert om te gokken? Bent u ervan op de hoogte dat bij dergelijke wervingsacties bijvoorbeeld geld wordt toegezegd wanneer een consument zich inschrijft om te gokken op wedstrijden van het Nederlands elftal of dat er reclame wordt gemaakt voor een nieuw spel waarbij prijzen tot 2.500 euro te winnen zijn?¹

Antwoord 1

Ja, ik ben hiermee bekend. Zoals ik in dit geval heb begrepen is een bonus van 10 euro aangeboden als er een weddenschap op een specifieke wedstrijd zou worden geplaatst.

Vraag 2

Vindt u het wenselijk dat consumenten na aankoop van tickets voor een sportwedstrijd, door mailing worden aangezet tot deelname aan kansspelen?

Antwoord 2

Het reclamebeleid van de Wet op de kansspelen staat toe dat, bijvoorbeeld via mailings, consumenten worden geattendeerd op het legale aanbod van sportprijsvragen in Nederland. Dat draagt bij aan de kanalisatiedoelstelling van het kansspelbeleid.

¹ BNR, 31 oktober 2019, <https://www.bnr.nl/nieuws/binnenland/10391951/christenunie-wil-uitleg-over-gokmail-toto>

Vraag 3

Bent u van mening dat de mailings die worden aangeboden door vergunninghouders toegestaan zijn onder de reclamecode voor kansspelen?²

Antwoord 3

De kansspelautoriteit ziet toe op naleving van de Wet op de Kansspelen en onderliggende regelgeving. Op grond van de wet- en regelgeving op het gebied van kansspelen is het kansspelaanbieders niet verboden dergelijke mails te versturen. De reclamecode voor kansspelen is opgesteld door de Stichting Reclame Code in overleg met verschillende branche-organisaties. De Reclame Code Commissie ziet toe op naleving van deze code.

Vraag 4

Mag het e-mailbestand van de KNVB gebruikt worden voor het doel van Toto-mailings?

Antwoord 4

Zoals aangegeven in mijn antwoord op vraag 3 is het, op grond van de wet- en regelgeving op het gebied van kansspelen, kansspelaanbieders niet verboden dergelijke mailings versturen.

Vraag 5

Is het juist dat mensen niet expliciet toestemming hebben verleend om mailings van Toto te ontvangen?

Antwoord 5

Dat is niet juist. De KNVB laat weten dat mensen, bijvoorbeeld bij het kopen van een kaartje, expliciet toestemming verlenen om Partnermailings te ontvangen. Lotto B.V. is een partner van de KNVB.

Vraag 6

Kunt u bevestigen dat hiermee in strijd wordt gehandeld met wet- en regelgeving? Gaat u actie ondernemen om hierop te handhaven?

Antwoord 6

Nee. Zie mijn antwoorden op de vragen 4 en 5. Ik zie geen aanleiding om een dergelijke actie te ondernemen.

Vraag 7 en 8

Deelt u de zorg dat dergelijke reclameactiviteiten gericht op bezoekers van voetbalwedstrijden van de KNVB niet enkel kanaliserend werken, conform het doel van het aanbieden van kansspelen door de Nederlandse Loterij, maar ook nieuwe en mogelijk zelfs kwetsbare mensen aanzetten tot het deelnemen aan kansspelen?

Bent u van mening dat de genoemde reclameactiviteiten niet in overeenstemming zijn met de doelstellingen van het kansspelbeleid van de Nederlandse Loterij, namelijk het voorkomen van kansspelverslaving, het beschermen van de consument en het tegengaan van fraude en criminaliteit?

Antwoord 7 en 8

Nee, die zorg deel ik niet. Een reclame- en wervingsactiviteit als het versturen van een partnermail is toegestaan, zodat spelers kennis kunnen nemen van het legale en beschermde aanbod van sportprijsvragen in Nederland. Met het oog op de consumentenbescherming gelden er beperkende maatregelen. Zo mogen reclame- en wervingsactiviteiten niet worden gericht op maatschappelijk kwetsbare groepen, waaronder minderjarigen. Bovendien geldt dat reclame niet mag aanzetten tot onmatige deelname. Onder onmatige deelneming wordt verstaan risicovol spelgedrag dat kan leiden tot kansspelverslaving. Gezien deze maatregelen ben ik niet van mening dat de genoemde reclameactiviteiten niet in overeenstemming zijn met de doelstellingen van het kansspelbeleid.

² Stichting Reclame Code, <https://www.reclamecode.nl/nrc/reclamecode-voor-kansspelen-die-worden-aangeboden-door-vergunninghouders-ingevoelge-de-wet-op-de-kansspelen-rvk-2015/>

Vraag 9

Is er bij het benaderen via de KNVB-mailing onderscheid gemaakt tussen minderjarigen en meerderjarigen?

Antwoord 9

Partnermailings waarbij het aanbod van sportprijsvragen van Lotto B.V. onder de aandacht wordt gebracht, mogen alleen worden verstuurd naar meerderjarigen die een commerciële opt-in hebben afgegeven. Hierover zijn tussen Lotto B.V. en de KNVB heldere afspraken gemaakt.

Het is zeer onfortuinlijk dat in dit geval, naar ik van de KNVB begreep door een menselijke fout, deze enkele mailing wel aan minderjarigen is gericht.

Vraag 10

Kunt u uitsluiten dat deze wervingsactie minderjarigen heeft bereikt? Zo nee, welke gevolgen heeft dit?

Antwoord 10

Ik kan niet uitsluiten dat deze wervingsactie ook minderjarigen heeft bereikt. De KNVB heeft mij evenwel laten weten dat geen enkele minderjarige (via doorklikken) gebruik heeft gemaakt van het aanbod in de mail.

Naar aanleiding van het incident van 5 september heeft de KNVB een excuusmail gestuurd naar de desbetreffende groep minderjarigen en daarbij aangegeven dat deelname aan sportprijsvragen alleen openstaat voor personen van 18 jaar en ouder.

Vraag 11

Is het daarnaast juist dat via de KNVB-app Voetbal.nl ook voor Toto wordt geadverteerd?

Antwoord 11

Ik heb inderdaad vernomen dat binnen Voetbal.nl advertenties van Lotto B.V. voor Toto te zien zijn.

Vraag 12

Wordt er bij het benaderen via de Voetbal.nl-app onderscheid gemaakt tussen minderjarigen en meerderjarigen? Zo ja, hoe wordt dit toegepast bij de functie in de applicatie om eenvoudig van profiel te wisselen?

Antwoord 12

De KNVB laat weten dat alleen gebruikers van 18 jaar en ouder advertenties van Toto te zien krijgen. Wanneer iemand wisselt naar het profiel van zijn of haar minderjarige kind, zullen er geen advertenties van Toto meer zichtbaar zijn.

Vraag 13

Bent u bereid met de Kansspelautoriteit, de Nederlandse Loterij en de KNVB in gesprek te gaan teneinde wervingsacties van Toto via de partnermailing van de KNVB te voorkomen alsmede advertenties via officiële applicaties van de KNVB?

Antwoord 13

Het is niet ongebruikelijk dat partijen gebruik maken van de ledenlijst van derden bij het maken van reclame en daar contractueel afspraken over maken. Ook op grond van de Wet op de Kansspelen en onderliggende regelgeving is het kansspelaanbieders niet verboden om gebruik te maken van de ledenlijst van derden bij het maken van reclame voor een kansspelproduct. Daarnaast is het aanbieden van een bonus bij wet- en regelgeving niet verboden. Wel moet worden voorkomen dat een minderjarige in aanraking komt met kansspel gerelateerde wervingsacties. Ik zie gezien de achtergrond van dit incident geen aanleiding om samen met de Kansspelautoriteit in gesprek te gaan met betrokken partijen inzake dergelijke wervingsacties.

Vraag 14

Gaat u de Kansspelautoriteit oproepen te handhaven op het advertentiebeleid van Toto?

Antwoord 14

Nee, de Kansspelautoriteit is een zelfstandig bestuursorgaan en neemt derhalve zelf de beslissing om al dan niet over te gaan tot handhaving.

Vraag 15

Wilt u tevens, conform het verzoek van de Kamer van 3 september jl., op korte termijn reageren op het bericht «Kinderen kunnen moeiteloos online gokken, toezichthouder greep nog nooit in»?³

Antwoord 15

Zie mijn brief van 15 november 2019.⁴

Vraag 16

Bent u bereid deze vragen te beantwoorden voor het algemeen overleg Kansspelen van 27 november 2019?

Antwoord 16

Ja

³ NOS, 31 augustus 2019, <https://nos.nl/artikel/2299682-kinderen-kunnen-moeiteloos-online-gokken-toezichthouder-greep-nog-nooit-in.html>

⁴ Kamerstuk 24 557, nr. 153.