



Eerste Kamer der Staten-Generaal

Minister voor Rechtsbescherming
De heer drs. S. Dekker
Postbus 20301
2500 EH Den Haag

Binnenhof 22
postbus 20017
2500 EA Den Haag

telefoon 070-312 92 00
fax 070-312 93 90

e-mail postbus@eerstekamer.nl
internet www.eerstekamer.nl

datum 15 januari 2020

betreft Vragen naar aanleiding van reactie op motie over verbod op reclame (online)gokken

ons kenmerk 165409.02u

Geachte heer Dekker,

De leden van de vaste commissie voor Justitie en Veiligheid hebben met belangstelling kennisgenomen van uw brief van 15 november 2019¹, waarbij u de Kamer informeert over de invulling die u geeft aan de vier moties die aangenomen zijn tijdens het plenaire debat over het wetsvoorstel Organiseren van kansspelen op afstand². Een van deze moties betreft de motie met het verzoek aan de regering om een verbod voor (online)gokken te overwegen, de consequenties daarvan in kaart te brengen en de Kamers hierover nader te informeren.³ De leden van de **SGP**-fractie hebben nog enkele vragen naar aanleiding daarvan. De leden van de volgende fracties sluiten zich graag bij deze vragen aan: **SP, ChristenUnie, PvdD, 50PLUS** en **OSF**.

De leden van de SGP-fractie hebben er waardering voor dat u met voortvarendheid de onderzoeken naar kansspelreclame ter hand heeft genomen. Deze onderzoeken bieden aanknopingspunten voor een restrictiever reclamebeleid voor kansspelen dan we in Nederland op dit moment hebben. Het bevreemdt deze leden daarom dat u aangeeft helemaal niets te zullen wijzigen aan de regels rond reclame. Vindt u het dan niet belangrijk dat met name jongeren, jongvolwassenen en andere kwetsbare doelgroepen worden beschermd?

In het rapport van Borgesius c.s. is onder meer te lezen: "Vanwege het belang van reclame voor aanbieders van online kansspelen, is het te verwachten dat vergunde aanbieders veel reclame zullen maken."⁴ De leden van de SGP-fractie vinden het daarom opvallend dat in de conclusie van de rapporten vrij makkelijk wordt gezegd dat het onduidelijk is welke effecten reclame op kansspelen heeft op gokgedrag en dat er (mede daardoor) geen aanvullende regels gesteld worden. Deelt u de

¹ Kamerstukken I 2019/20, 33 996, R.

² Kamerstukken 33 996.

³ Kamerstukken I 2018/19, 33 996, N.

⁴ Kamerstukken I 2019/20, 33 996, R, bijlage Kansspelreclame: toestaan, beperken, verbieden? Onderzoek over mogelijke regels voor kansspelreclame voor het Directoraat-Generaal Straffen en Beschermen van het Ministerie van Justitie en Veiligheid (IViR, september 2019), p. 18.



datum 15 januari 2020

ons kenmerk 165409.02u

blad 2

opvatting van de SGP-fractieleden dat uit het logische uitgangspunt dat reclame invloed heeft op gedrag, al blijkt dat kansspelbedrijven graag reclame maken en daarbij ook vaak proberen om juist jongere doelgroepen aan te spreken? Zou juist beperking of een verbod op reclame er niet voor kunnen zorgen dat er in ieder geval zo min mogelijk nieuwe spelers naar de kansspelmarkt gelokt worden?

Waarom vat u de onzekerheid samen tot de stelling dat het "blijkt dat het verbieden of ernstig beperken van kansspelreclame serieuze negatieve effecten kan hebben op de kanalisatiegraad?"⁵ Hoe kunt u tot de stelling komen dat het "blijkt", terwijl daar juist onzekerheid over is? Waarom neemt u de risico's niet serieuzer?

De gedachte in de rapporten is dat reclame vooral voor onlineaanbieders van belang is, omdat bezoekers die kansspelen niet snel tegenkomen, zoals dat wel het geval is voor casino's in steden. De leden van de SGP-fractie vragen zich af in hoeverre (illegale) onlinekansspelaanbieders op dit moment reclame voor hun producten maken. Indien dit het geval is, waarom wordt daar dan niet tegen opgetreden? Zo niet, waarom zou er dan in de toekomst wél een mogelijkheid moeten zijn voor reclame als spelers de producten toch wel weten te vinden?

U gaat uit van de kanalisatiegedachte en de noodzaak van reclame daarvoor. De leden van de SGP-fractie vragen zich af of die lijn wel zo logisch is. Zou hetzelfde effect niet bereikt kunnen worden door een logo of andere aanduiding bij legaal aanbod, op basis waarvan eenieder vast kan stellen of sprake is van een legaal aanbod dat met toestemming opereert op de Nederlandse markt? Zijn er niet dergelijke of vergelijkbare regelingen te treffen om enerzijds het onderscheid tussen legaal en illegaal aanbod duidelijk te maken en anderzijds tóch zo min mogelijk reclame voor verslavende producten als kansspelen te maken?

De leden van de SGP-fractie vragen zich af hoe u oordeelt over het huidige reclamebeleid rond softdrugs en tabak. Heeft u de indruk dat (sterk) beperkende wetgeving in die gevallen ertoe geleid heeft dat mensen de producten ineens niet meer weten te vinden? Waarom is beperking van reclame voor kansspelen dan ineens wel een enorme barrière?

Kunt u ook aangeven hoe risico-indicatie en waarschuwende zinnen rond reclame voor kansspelen, zoals die ook gelden bij tabak, zouden kunnen helpen bij het tegengaan van verslaving? Zo niet, waarom dan niet als het bij tabak wel als effectief wordt gezien?

Reclame voor kansspelen mag niet gericht zijn op de groep jongvolwassenen. Graag vernemen de leden van de SGP-fractie van u hoe concreet uitvoering wordt gegeven aan beleid om ervoor te zorgen dat jongeren tussen de 18 en 25 jaar niet worden geconfronteerd met reclame. Kan, mede in het licht van de recente uitzending van "Zondag met Lubach" over kansspelreclame, worden aangeduid hoe u hierover denkt? Is er inderdaad sprake van een forse (indirecte) reclame voor kansspelen, gericht op jongvolwassenen? Wat gaat u hier concreet tegen doen?

In de rapporten wordt onder meer gezegd, zo constateren de leden van de SGP-fractie, dat er nu al vele mogelijkheden zijn om kinderen te beschermen, zoals beperkingen ten aanzien van voetbalshirts en dergelijke, het instellen van bredere tijdvensters, een verbod op reclame rond

⁵ Kamerstukken I 2019/20, 33 996, R, p. 3.



datum 15 januari 2020

ons kenmerk 165409.02u

blad 3

scholen en vergelijkbare instellingen, een verbod op inschakelen van beroemdheden en artiesten die bij jongeren populair zijn, en een verbod op gratis bonussen en dergelijke. Kunt u voor elk van de regelingen waarover in het rapport van Borgesius c.s.⁶ wordt gezegd dat er nu al extra maatregelen mogelijk zijn, aangeven waarom dat nu dan niet gebeurt?

In het rapport wordt als stelling geponeerd dat het beperken van reclame geen doel van het Nederlandse kansspelbeleid is.⁷ De leden van de SGP-fractie vragen zich af of dat wel klopt. En als het niet letterlijk een doel is, deelt u dan in ieder geval wel de opvatting van hen dat het wel een van de belangrijkste middelen is om het doel om kansspelverslaving tegen te gaan, te bereiken?

“De gokindustrie beschikt over gegevens die meer inzicht kunnen bieden in de invloed van kansspelreclame, zoals data over spelgedrag of online targeting. Maar onderzoekers krijgen zelden toegang tot die gegevens.”⁸ De leden van de SGP-fractie vragen welke maatregelen u gaat treffen om ervoor te zorgen dat die gegevens wel beschikbaar komen.

De leden van de vaste commissie voor Justitie en Veiligheid zien uw reactie – bij voorkeur voor 7 februari 2020 – met belangstelling tegemoet.

Hoogachtend,

M.M. de Boer

Voorzitter van de vaste commissie voor Justitie en Veiligheid

⁶ *Kamerstukken I 2019/20, 33 996, R, bijlage Kansspelreclame: toestaan, beperken, verbieden? Onderzoek over mogelijke regels voor kansspelreclame voor het Directoraat-Generaal Straffen en Beschermen van het Ministerie van Justitie en Veiligheid (IViR, september 2019).*

⁷ *Kamerstukken I 2019/20, 33 996, R, bijlage Kansspelreclame: toestaan, beperken, verbieden? Onderzoek over mogelijke regels voor kansspelreclame voor het Directoraat-Generaal Straffen en Beschermen van het Ministerie van Justitie en Veiligheid (IViR, september 2019), p. 35.*

⁸ *Kamerstukken I 2019/20, 33 996, R, bijlage Kansspelreclame: toestaan, beperken, verbieden? Onderzoek over mogelijke regels voor kansspelreclame voor het Directoraat-Generaal Straffen en Beschermen van het Ministerie van Justitie en Veiligheid (IViR, september 2019), p. 49.*