ONLINE CASINO AMSTERDAM

BRONARCHIEF KANSSPELEN

Leidraad verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen

17 oorspronkelijke paginas

Deze publicatie is opgenomen bij het hieronder gekoppelde dossier op OnlineCasino.Amsterdam.

Origineel document volgt ongewijzigd

OCA-leeskopie met een navigatievoorblad. Vanaf de volgende pagina staat de oorspronkelijke publicatie. Dit voorblad is door OnlineCasino.Amsterdam toegevoegd en maakt geen deel uit van het oorspronkelijke document.

Lees het bijbehorende dossier

Dossiers en persinformatie

www.onlinecasino.amsterdam

Bron oorspronkelijke publicatie: Kansspelautoriteit.
OCA-voorblad toegevoegd op 17 oktober 2026. Het oorspronkelijke bestand is afzonderlijk bewaard.

Kansspelautoriteit

Leidraad verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen

Ter bescherming van kwetsbare groepen

Inhoud

Aanleiding 3

1. Het verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen 4

2. Online reclame is gericht of voldoet aan strenge voorwaarden 5

2.1 De mogelijkheid bieden om kenbaar te maken geen reclame te willen ontvangen (art. 2ab, lid 2 sub a) 6

2.2 De best beschikbare maatregelen treffen (art. 2ab, lid 2 sub b) 7

2.3 95% van de bereikte personen is 24 jaar of ouder (art. 2ab, lid 2 sub c) 9

3. Hoe de Ksa toezicht houdt op het verbod op ongerichte reclame 10

4. Q&A 11

4.1 Q&A algemeen: Het verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen 11

4.2 Online reclame is gericht of voldoet aan strenge voorwaarden 12

4.3 Q&A: De *uitzonderingsvoorwaarde* kenbaar maken geen reclame te willen ontvangen 13

4.4 Q&A: De *uitzonderingsvoorwaarde* de best beschikbare maatregelen treffen 14

4.5 Q&A: De *uitzonderingsvoorwaarde* 95% bereikte personen is 24 jaar of ouder 15

Aanleiding

Met het verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen wil de wetgever kwetsbare groepen beter beschermen tegen gokschade. In het *Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen* is daarom vastgelegd dat vergunninghouders van kansspelen op afstand alleen onder strikte voorwaarden online reclame mogen maken. Zij moeten bijvoorbeeld de best beschikbare maatregelen treffen om kwetsbare groepen uit te sluiten, personen de mogelijkheid geven aan te geven dat zij geen reclame willen ontvangen, en met behulp van de best beschikbare technieken kunnen aantonen dat minimaal 95% van de bereikte personen 24 jaar of ouder is.

In de praktijk blijkt dat deze voorwaarden niet altijd eenvoudig toe te passen zijn. Vergunninghouders hebben vragen over wat precies wordt bedoeld met “best beschikbare maatregelen”, hoe zij kwetsbare groepen effectief kunnen uitsluiten en hoe zij moeten aantonen dat zij aan de 95%-norm voldoen. Ook over adverteren via externe platforms en andere partijen bestaat behoefte aan duidelijkheid.

Deze leidraad legt uit hoe de voorwaarden uit artikel 2ab, lid 2, van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen moeten worden toegepast. Het doel is om te zorgen voor een zorgvuldige en consistente naleving van deze regels, zodat kwetsbare personen zo goed mogelijk worden beschermd. De leidraad geeft vergunninghouders duidelijke uitleg, voorbeelden en praktische handvatten. Deze leidraad ziet niet toe op het algemene verbod uit lid 1 van dit artikel.

1. Het verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen

In het *Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen* is een verbod opgenomen op ongerichte wervings- en reclameactiviteiten (reclame) door houders van vergunningen tot het organiseren van kansspelen op afstand (vergunninghouders).[1] Het doel van dit verbod is de hoeveelheid ongerichte reclame verminderen en voorkomen dat deze reclame een breed en ongericht publiek bereikt. Voornamelijk om ervoor te zorgen dat kwetsbare groepen zo min mogelijk met deze reclame in aanraking komen.

Hiermee wordt beoogd het risico op verslaving onder groepen die hier kwetsbaar voor zijn te verkleinen. Vanuit de verslavingszorg, mensen die zelf ervaring hebben met verslavingsproblematiek en de samenleving in het algemeen, komen signalen dat zij zich storen aan de grote hoeveelheid ongerichte reclame. Ook toont onderzoek aan dat reclames voor kansspelen op afstand vaak via kanalen met een zeer breed bereik komen, zoals op willekeurige websites. Dit zorgt ervoor dat mensen met een kansspelverslaving en andere kwetsbare groepen in het dagelijkse leven moeilijk kunnen ontsnappen aan een confrontatie met kansspelreclame.

Ook in de Tweede Kamer is aandacht gevraagd voor de negatieve effecten van de grote hoeveelheid ongerichte reclame. Sinds de opening van de markt voor kansspelen op afstand is het aantal uren dat mensen doorbrengen op sites die kansspelen op afstand aanbieden sterk gestegen en worden consumenten via verschillende media overspoeld met ongerichte reclame voor kansspelen. Daarom is vastgelegd dat vergunninghouders alleen specifiek gericht reclame mogen maken. Op dit verbod geldt een uitzondering voor reclame via internet of mediadiensten op aanvraag (online reclame) mits aan enkele voorwaarden is voldaan, waaronder het inzetten van de best beschikbare maatregelen om bovengenoemde kwetsbare groepen uit te sluiten.[2] De wetgever kiest bewust voor strenge voorwaarden, zodat de bescherming van kwetsbare personen ook bij een beroep op de uitzondering gegarandeerd wordt.

1 Artikel 2ab, eerste lid, van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen.
2 Artikel 2ab, tweede lid, van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen.

2. Online reclame is gericht of voldoet aan strenge voorwaarden

Bij het maken van reclame voor online kansspelen mag de reclame niet gericht zijn op kwetsbare personen. De vergunninghouder moet er dus steeds rekening mee houden tot welke personen hij zijn reclame richt. Vergunninghouders mogen hun reclame in ieder geval niet richten op personen die:

- jonger zijn dan 24 jaar, of
- kenmerken van risicovol gedrag vertonen, of
- zich hebben uitgesloten van deelname aan door hen georganiseerde kansspelen.

Er geldt een uitzondering voor het maken van reclame voor online kansspelen als aan drie strikte cumulatieve voorwaarden is voldaan. De vergunninghouder:

- moet personen de gelegenheid bieden aan te geven dat zij niet door zijn wervings- en reclameactiviteiten willen worden bereikt, en
- treft de best beschikbare maatregelen om te voorkomen dat een wervings- of reclameactiviteit een kwetsbaar persoon bereikt, en
- toont met behulp van de best beschikbare technieken aan dat ten minste 95% van de personen die door de reclame zijn bereikt, de leeftijd van 24 jaar hebben bereikt.

Online kansspelaanbieders moeten bij het maken van reclame altijd rekening houden met de bedoeling van de wetgever. Dat betekent bijvoorbeeld dat zij naast bovengenoemde kwetsbare groepen ook oog moeten hebben voor andere kwetsbare groepen. Daarnaast dienen online kansspelaanbieders te streven naar een situatie waarin 100% van de personen die door reclame zijn bereikt, 24 jaar of ouder is, ondanks dat de wet uitgaat van een minimum van 95%.

Bovengenoemde voorwaarden staan los van andere voorwaarden uit bijvoorbeeld de privacy- en mediawetgeving.

De cumulatieve voorwaarden worden hieronder uitgewerkt.

2.1 De mogelijkheid bieden om kenbaar te maken geen reclame te willen ontvangen (art. 2ab, lid 2 sub a)

Deze voorwaarde houdt in dat vergunninghouders – eventueel via derden – verplicht zijn personen de gelegenheid te bieden om kenbaar te maken dat zij geen reclame willen ontvangen. De vergunninghouder kan deze gelegenheid bijvoorbeeld bieden bij de toegang tot een website of tijdens het registreren van een account. De Ksa moedigt de vergunninghouder aan om dit verder uit te breiden en ook uitleg en mogelijkheden te bieden aan spelers op externe platforms zoals Google of Meta. Voordat de vergunninghouder reclame maakt, moet hij steeds de vraag beantwoorden of het platform personen vooraf de gelegenheid biedt om geen reclame te willen ontvangen. Als de vergunninghouder (via het platform) deze gelegenheid niet kan bieden, voldoet hij niet aan de voorwaarde en geldt het verbod op ongerichte reclame.

Reclame via derden

Wanneer de vergunninghouder met behulp van derden reclame maakt, zijn deze derden gebonden aan de voor de vergunninghouder geldende regels. De vergunninghouder die het maken van reclame uitbesteedt, moet maatregelen treffen om te waarborgen dat derden de geldende voorwaarden naleven. Dit betekent dat de vergunninghouder die reclame maakt via een derde altijd voldoende zekerheid moet hebben dat personen voorafgaand aan het tonen van zijn reclame altijd de gelegenheid wordt geboden om aan te geven deze niet te willen ontvangen. Als een derde niet voldoende zekerheid kan bieden, wordt er niet voldaan aan deze voorwaarde en geldt het verbod op ongerichte reclame. Daarom is het noodzakelijk dat vergunninghouders overzicht hebben van waar (en door wie) hun reclame wordt aangeboden, zodat zij altijd kunnen ingrijpen als de gelegenheid tot uitsluiting onvoldoende of niet wordt geboden. Van vergunninghouders kan worden verwacht dat zij, in een dynamische advertentiewereld, op de hoogte zijn van relevante ontwikkelingen van de gebruikte advertentieplatforms en deze steeds in overeenstemming met de wet toepassen. Bij overtreding van het verbod op ongerichte reclame kan de Ksa handhavend optreden tegen de vergunninghouder.

Handvatten in geest van de wet

Vergunninghouders moeten altijd in de geest van de wet personen de gelegenheid bieden om zich uit te sluiten van reclame. Daarbij moeten zij rekening houden met personen die bijvoorbeeld de Nederlandse taal niet goed beheersen, technisch niet vaardig zijn of een verstandelijke beperking hebben. De gelegenheid om zich uit te sluiten voor reclame moet eenvoudig zijn, zonder onnodige drempels.

Tips hierbij zijn:

- **Geef duidelijke informatie over het doel van uitsluiting.**
  Deze informatie gaat over het wel of niet instemmen met het ontvangen van reclame. Let op: slechts een pop-up waarin bezoekers kunnen aangeven dat zij jonger of ouder dan 24 jaar zijn, is niet voldoende.
- **Gebruik taal op B1-niveau.**
  De mogelijkheid om zich uit te sluiten, moet op een duidelijke manier worden aangeboden, rekening houdend met bijvoorbeeld laaggeletterden.
- **Zorg dat de gelegenheid om zich uit te sluiten goed zichtbaar en makkelijk vindbaar is.**
  Voorkom dat bezoekers onnodig extra moeten klikken, scrollen of moeite moeten doen om de optie te vinden.
- **Laat iemand niet eerst verplicht (al dan niet betaald) een account aanmaken (en aanmelden) om zich uit te sluiten.**
  Bezoekers moeten zich ook zonder aanmelding op een site kunnen uitsluiten van reclame.
- **De gelegenheid om uit te sluiten, moet altijd beschikbaar zijn.**
  Ook als iemand zich in eerste instantie niet uitsluit, moet diegene later alsnog eenvoudig kunnen aangeven geen reclame meer te willen ontvangen.
- **Gebruik geen onopvallende links in de teksten.**
- **Gebruik een duidelijk lettertype en niet te kleine letters.**

2.2 De best beschikbare maatregelen treffen (art. 2ab, lid 2 sub b)

Vergunninghouders die online reclame maken, moeten altijd vooraf zekerstellen dat hun uitingen niet zichtbaar zijn voor jongeren tot en met 23 jaar en andere kwetsbare groepen. Hiervoor moeten zij de best beschikbare maatregelen treffen. Bij onderzoeken naar mogelijke overtredingen van deze uitsluitingsgrond, wordt door de Ksa meegewogen welke maatregelen daadwerkelijk zijn toegepast. Als een platform of website onvoldoende mogelijkheden biedt om kwetsbare groepen uit te sluiten, mag de vergunninghouder niet adverteren.

In de praktijk wordt veel gebruikgemaakt van leeftijdsfilters op basis van accountgegevens, waarbij accounts van personen onder de 24 jaar worden uitgesloten van het ontvangen van reclame. Deze techniek biedt echter geen volledige zekerheid. Jongeren vullen regelmatig onjuiste leeftijden in, en het is onduidelijk hoe filters werken wanneer content wordt gedeeld, gerepost, of wanneer personen worden getagd. Hierdoor kan reclame alsnog kwetsbare groepen bereiken. Een vergunninghouder mag dus niet uitsluitend op dit instrument vertrouwen.

Ook algoritmes die leeftijden inschatten op basis van zoekgedrag en online activiteiten hebben beperkingen. Het is vaak niet vast te stellen wie het apparaat daadwerkelijk gebruikt, waardoor niet gegarandeerd kan worden dat een uiting alleen aan niet-kwetsbare personen wordt getoond.

De best beschikbare maatregelen verschillen per platform. Soms is een leeftijdsfilter de meest effectieve optie. In andere gevallen kan een combinatie van algoritmes, demografische gegevens en aanvullende instellingen nodig zijn. Maatregelen zoals agewalls hebben een beperkte werking en mogen alleen als aanvulling op andere maatregelen worden toegepast. Als geen van de beschikbare maatregelen voldoende waarborgen biedt om kwetsbare groepen niet te bereiken, is niet adverteren de enige juiste maatregel.

Richting kwetsbare groepen

Wat de best beschikbare maatregel is, hangt af van de doelgroep en de kenmerken van het platform. Platforms die duidelijk of grotendeels worden gebruikt door minderjarigen of jongvolwassenen bieden onvoldoende bescherming met standaard-filters. De kans dat deze groepen toch reclame zien, blijft groot. In dergelijke gevallen moet de vergunninghouder volledig afzien van adverteren op deze platforms.

Bij de beoordeling of een platform zich richt op kwetsbare groepen moet de vergunninghouder ten minste kijken naar:

- De aard en inhoud van het aangeboden materiaal;
- De vormgeving, visuele uitstraling en het taalgebruik;
- Publieksinformatie van het platform zelf;
- De aanwezigheid van jeugdige elementen, zoals games, animaties of educatieve functies;
- Beschikbare demografische gegevens over daadwerkelijke gebruikers.

Praktische richtlijnen in lijn met de wet

Vergunninghouders moeten steeds handelen in de geest van de wet: reclame mag kwetsbare groepen niet bereiken. Dat betekent onder meer:

- Wees terughoudend bij elk platform waarvan niet zeker is dat kwetsbare groepen effectief uitgesloten kunnen worden;
- Controleer actief hoe platforminstellingen werken bij delen, reposts en tagging, en ga na of reclame dan alsnog zichtbaar kan worden;
- Documenteer per platform welke maatregelen zijn genomen en waarom deze als de best beschikbare worden beschouwd;
- Herzie maatregelen regelmatig vanwege de dynamische werking van advertentieplatforms;
- Kies er bij twijfel voor om niet te adverteren.

2.3 95% van de bereikte personen is 24 jaar of ouder (art. 2ab, lid 2 sub c)

Wanneer vergunninghouders voor online kansspelen wervings- of reclame-activiteiten inzetten, dan moeten zij kunnen aantonen dat ten minste 95% van de personen die door hun uitingen zijn bereikt, 24 jaar of ouder zijn. Dit houdt in dat maximaal 5% van het totale bereikte publiek uit jongeren tot en met 23 jaar mag bestaan. Deze grens vormt een harde ondergrens en geldt voor alle digitale platforms, websites en advertentiekanalen.

De wetgever heeft voor 95% gekozen, omdat een volledig uitsluitende werking (100%) technisch niet altijd haalbaar is. De Ksa benadrukt echter dat het streven van vergunninghouders moet zijn om uitsluitend personen van 24 jaar en ouder te bereiken. Het percentage van 95% is geen richtpunt maar een minimale eis; percentages onder de 100% vragen om toelichting, monitoring en waar mogelijk bijsturing.

Van vergunninghouders wordt daarom een maximale inspanning gevraagd om jongvolwassenen buiten het bereik te houden. De vergunninghouder moet niet alleen vooraf maatregelen treffen, maar ook achteraf met harde gegevens aantonen dat de gebruikte techniek daadwerkelijk heeft gewerkt zoals bedoeld. Dit achteraf toetsen, dient te gebeuren met de best beschikbare technieken, passend bij het specifieke kanaal.

Vergunninghouders moeten structureel aantonen dat zij alles doen om jongvolwassenen buiten hun bereik te houden. Dit betekent onder andere:

- Gebruik uitsluitend meetmethoden die controleerbaar en herleidbaar zijn;
- Vraag per platform om inzicht in de herkomst van leeftijdsdata;
- Gebruik meerdere bronnen (bijvoorbeeld platformdata in combinatie met externe tools);
- Maak een intern registratiesysteem waarin per campagne de volgende zaken worden vastgelegd:
  - Doelgroepinstellingen;
  - Technische maatregelen;
  - Meetresultaten en afwijkingen.
- Voer steekproeven op platformniveau uit om te controleren of ingestelde maatregelen correct worden toegepast;
- Documenteer afwijkingen, analyseer de oorzaken en neem corrigerende maatregelen.

3. Hoe de Ksa toezicht houdt op het verbod op ongerichte reclame

De Ksa ziet toe op de naleving van het verbod op ongerichte reclame en kan bij overtreding handhavend optreden. Bij schending van dit verbod kan de Ksa (formele) maatregelen treffen, zoals het opleggen van een bestuurlijke boete. De vergunninghouder is altijd verantwoordelijk voor het aantonen dat reclame-uitingen volledig aan de wettelijke eisen voldoen.

Bij het toezicht geldt als uitgangspunt dat alle reclame voor online kansspelen gericht moet zijn. Vergunninghouders moeten daarom altijd kunnen aantonen dat zij zich uitsluitend richten op personen van 24 jaar en ouder en dat jongvolwassenen en andere kwetsbare groepen effectief worden uitgesloten. Het zwaartepunt van het toezicht ligt op de inspanningen die vergunninghouders leveren om deze uitsluiting te garanderen.

Daarnaast moet de vergunninghouder te allen tijde volledig inzicht hebben in waar en via welke partijen zijn reclame wordt vertoond. Dit houdt onder andere in dat de vergunninghouder:

- Weet op welke platforms, websites en advertentienetwerken uitingen worden geplaatst;
- Controleert of deze kanalen voldoende mogelijkheden bieden om kwetsbare groepen uit te sluiten;
- Waarborgt dat derden die namens hem reclame plaatsen dezelfde verplichtingen naleven;
- Onmiddellijk ingrijpt wanneer blijkt dat maatregelen niet werken of wanneer onzekerheid bestaat over het werkelijke bereik.

De Ksa beoordeelt bij haar toezicht zowel de vooraf ingestelde maatregelen als de achteraf verkregen gegevens over het daadwerkelijke bereik. Indien een vergunninghouder geen volledig inzicht kan geven in deze onderdelen of niet kan aantonen dat kwetsbare groepen daadwerkelijk zijn uitgesloten, wordt aangenomen dat niet aan het verbod op ongerichte reclame is voldaan.

4. Q&A

4.1 Q&A algemeen: Het verbod op ongerichte reclame voor online kansspelen

Wat houdt het verbod op ongerichte reclame in?

Het is voor een vergunninghouder die kansspelen op afstand aanbiedt verboden om wervings- en reclameactiviteiten in te zetten die ongericht zijn of zichtbaar zijn via omroepdiensten, gedrukte communicatiemiddelen of op openbare plaatsen of gebouwen. De reclame van de vergunninghouder moet zich dus richten op een afgebakende groep.

Wat zijn wervings- en reclameactiviteiten?

Wervings- en reclameactiviteiten omvatten iedere vorm van communicatie waarmee vergunninghouders, al dan niet met behulp van derden, direct of indirect hun diensten of goederen aanprijzen. Reclame die niet door of in opdracht van vergunninghouders wordt geplaatst, valt hier niet onder.

Wat is ongerichte reclame?

Reclame is ongericht als vooraf niet kan worden uitgesloten dat deze reclame kwetsbare personen bereikt. Vergunninghouders mogen daarom geen reclame maken via radio en televisie, in kranten en tijdschriften, op billboards en abri's of in voor het publiek toegankelijke gebouwen zoals bioscopen en cafés. Ook sponsoring valt onder ongerichte reclame.

Wat zijn kwetsbare personen?

Kwetsbare personen zijn onder andere personen die een hoger risico lopen op een gokverslaving. Denk hierbij aan personen die zich hebben uitgesloten van deelname aan kansspelen en personen die kenmerken van risicovol gedrag vertonen. Ook personen jonger dan 24 jaar vallen onder kwetsbare personen. De Ksa vraagt vergunninghouders om de term kwetsbare personen breed te interpreteren en hier rekening mee te houden om zo te zorgen voor een veilige markt.

Waarom is ongerichte reclame verboden?

Het doel van dit verbod is om het risico op gokschade onder kwetsbare personen terug te dringen. Door de combinatie van de groei van het aantal reclames voor online gokken, het feit dat deze reclames vaak kwetsbare groepen bereiken en de zorgwekkende gevolgen hiervan, is er maatschappelijk en politiek veel behoefte aan dit verbod.

Hoe kan de vergunninghouder voldoen aan het verbod op ongerichte reclame?

De vergunninghouder voldoet aan het verbod op ongerichte reclame als hij voldoende inspanningen levert om te voorkomen dat kwetsbare personen met zijn reclame worden bereikt. Vergunninghouders bepalen zelf op welke manier zij deze inspanningen verrichten. Zij kunnen bijvoorbeeld gebruikmaken van bestaande algoritmen (en technieken), al dan niet van derden, die reeds worden gebruikt om het juiste publiek te bereiken.

Mag de vergunninghouder helemaal geen reclame meer maken?

Er blijft ruimte om gericht reclame te maken, waarmee de geïnteresseerde – niet-kwetsbare – persoon bereikt wordt. Ook is het mogelijk om ongericht reclame te maken, maar hier zijn, zoals eerder uitgelegd, strenge voorwaarden aan verbonden.

4.2 Online reclame is gericht of voldoet aan strenge voorwaarden

Wat houdt de uitzondering op het verbod op ongerichte reclame in?

Bij uitzondering mag een vergunninghouder ongerichte reclame maken via het internet of mediadiensten op aanvraag (online reclame), mits aan drie strenge voorwaarden is voldaan. Deze voorwaarden zorgen ervoor dat vergunninghouders hun reclame, al dan niet met behulp van derden, op voorhand zo sturen dat zij aantoonbaar afgebakende groepen bereiken.

Wat zijn wervings- en reclameactiviteiten via internet of mediadiensten op aanvraag?

Dit betreft reclame op bijvoorbeeld sociale media, via direct mailing, op digitale radio, via on demand televisie, op videoplatforms, via nieuws- en vergelijkingssites of andere affiliatewebsites. Ook reclame via omroepdiensten via het internet of via platforms waarbij personen zelf kunnen kiezen wanneer en wat zij kijken uit een selectie van media-aanbod valt hieronder.

Mag de vergunninghouder (ongerichte) online reclame maken als hij niet voldoet aan de uitzonderingsvoorwaarden?

Als de vergunninghouder niet kan voldoen aan de uitzonderingsvoorwaarden en toch ongerichte reclame maakt, dan is er sprake van een overtreding van het verbod op ongerichte reclame.

Wanneer voldoet de vergunninghouder aan de uitzondering op het verbod op ongerichte reclame?

De vergunninghouder voldoet aan de uitzondering als hij kan aantonen dat voldoende inspanningen zijn verricht om te voorkomen dat de reclame kwetsbare personen bereikt. In ieder geval moet daaruit blijken dat de vergunninghouder daarvoor de best beschikbare maatregelen treft. Daarnaast moet de vergunninghouder met de best beschikbare technieken kunnen aantonen dat zijn reclame voor tenminste 95% personen van 24 jaar of ouder bereikt. Tot slot moet de vergunninghouder alle

personen vooraf de gelegenheid bieden om aan te geven dat zij de reclame niet willen zien.

Voldoet de vergunninghouder aan de uitzondering op het verbod op ongerichte reclame als niet aan alle drie de voorwaarden van de uitzondering wordt voldaan?
Nee, de voorwaarden zijn cumulatief. De vergunninghouder kan alleen een beroep doen op de uitzondering op het verbod op ongerichte reclame als aan alle drie de voorwaarden is voldaan.

4.3 Q&A: De *uitzonderingsvoorwaarde* kenbaar maken geen reclame te willen ontvangen

Wanneer voldoet de vergunninghouder aan de voorwaarde 'aan personen de gelegenheid geven om aan te geven geen reclame te willen ontvangen'?
De vergunninghouder voldoet aan deze voorwaarde als hij iedereen, voordat de reclame wordt getoond, op een toegankelijke manier de gelegenheid heeft geboden aan te geven deze reclame niet te willen ontvangen.

Hoe kan de vergunninghouder voldoen aan deze voorwaarde?
Vergunninghouders hebben de ruimte om zelf te bepalen hoe zij personen de gelegenheid bieden om aan te geven geen reclame te willen ontvangen. Dit kan bijvoorbeeld bij de toegang tot een website of tijdens het registreren van een account. De wet specificeert niet hoe vergunninghouders technisch aan deze voorwaarde moeten voldoen.

Moet de gelegenheid alleen worden geboden aan kwetsbare personen?
Nee, elke persoon die gebruikmaakt van internet of mediadiensten op aanvraag en geconfronteerd kan worden met reclame van de vergunninghouder, moet de gelegenheid worden geboden zich uit te sluiten van de reclame.

Moet de vergunninghouder ook voldoen aan deze voorwaarde als hij reclame maakt via een derde?
Ja, de vergunninghouder is verantwoordelijk voor de reclame die namens hem wordt gemaakt. Ook wanneer een derde reclame maakt voor de vergunninghouder, moet deze altijd de mogelijkheid bieden om aan te geven de reclame niet te willen ontvangen.

Voldoet de vergunninghouder aan de voorwaarde als hij niet iedereen de gelegenheid kan bieden zich uit te sluiten?
Nee, aan deze voorwaarde wordt pas voldaan als aan alle personen die online de reclame kunnen zien, de gelegenheid is geboden om vooraf aan te geven dat zij deze reclame niet willen ontvangen. Deze garantie moet er ook zijn als een derde de reclame maakt.

Is het toegestaan de gelegenheid om uit te sluiten op de website of het platform waar de reclame kan worden getoond enkel aan te bieden na aanmelding op de website of inloggen via een account?
Nee, het is niet toegestaan om iemand eerst verplicht een account te laten aanmaken (en te laten aanmelden), voordat de gelegenheid wordt geboden om zich uit te sluiten van reclame. Bezoekers moeten zich ook zonder zich te hoeven aanmelden op een site kunnen uitsluiten voor reclame.

Staat het uitzetten van het tonen van gepersonaliseerde advertenties gelijk aan het uitsluiten voor reclame?
Nee, als blijkt dat personen die gepersonaliseerde advertenties hebben uitgeschakeld alsnog kansspelreclame van de adverteerder ontvangen, is dit geen correct alternatief.

4.4 Q&A: De *uitzonderingsvoorwaarde* de best beschikbare maatregelen treffen

Wat zijn de (best) beschikbare maatregelen?
Dat zijn maatregelen die in de praktijk worden toegepast en aantoonbaar bijdragen aan het voorkomen dat wervings- of reclameactiviteiten kwetsbare groepen bereiken. Voorbeelden zijn leeftijdsfilters, algoritmes die leeftijden inschatten, demografische gegevens of andere platforminstellingen. In sommige gevallen kan de best beschikbare maatregel zijn dat er wordt afgezien van adverteren.

Hoe kan de vergunninghouder voldoen aan deze voorwaarde?
Vergunninghouders moeten de best beschikbare maatregelen toepassen om te voorkomen dat kwetsbare groepen, zoals minderjarigen en jongvolwassenen, worden bereikt. Welke maatregel het meest geschikt is, hangt af van het specifieke platform of de website. De vergunninghouder moet altijd kunnen aantonen waarom een bepaalde maatregel is gekozen en waarom deze adequaat is voor het platform of de website in kwestie.

Kan aan deze voorwaarde worden voldaan als een platform onvoldoende mogelijkheden biedt om kwetsbare groepen uit te sluiten?
Nee. Als een platform of website geen mogelijkheden biedt om kwetsbare groepen uit te sluiten, kan de vergunninghouder niet aan deze voorwaarde voldoen. In dat geval moet de vergunninghouder afzien van wervings- of reclameactiviteiten.

Is het instellen van een leeftijdsfilter altijd voldoende om aan deze voorwaarde te voldoen?
Niet altijd. De effectiviteit van een leeftijdsfilter hangt af van de doelgroep en de kenmerken van het platform. In sommige gevallen kan een leeftijdsfilter effectief zijn, maar vaak is een combinatie van maatregelen nodig om voldoende bescherming te bieden.

Wanneer is afzien van adverteren op platforms of websites die zich richten op kwetsbare groepen de meest passende maatregel?
Afzien van adverteren is de best beschikbare maatregel wanneer geen enkele andere maatregel voldoende zekerheid biedt dat kwetsbare groepen worden uitgesloten. Dit geldt bijvoorbeeld wanneer platforms of websites zich nadrukkelijk richten op deze groepen. In die gevallen is het risico dat advertenties alsnog kwetsbare personen bereiken te groot, en kan de vergunninghouder uitsluitend door niet te adverteren aan de voorwaarden voldoen.

Welke voorbeelden zijn er van platforms of websites die zich richten op kwetsbare groepen?
Voorbeelden van platforms of websites die zich richten op kwetsbare groepen, zoals minderjarigen en jongvolwassenen, zijn onder andere scholierenwebsites, online huiswerkportalen, kinderspelletjeswebsites, jongerencommunities of websites voor starters of studenten.

Voorbeelden van platforms of websites die zich richten op andere kwetsbare groepen, zoals probleemgokkers, zijn zelfhulpwebsites en platforms van hulpverlenende instanties op het gebied van verslavingszorg.

4.5 Q&A: De *uitzonderingsvoorwaarde* 95% bereikte personen is 24 jaar of ouder

Waarom moeten vergunninghouders streven naar 100%?
Hoewel de wet een minimale grens van 95% stelt, is het streven van vergunninghouders altijd om uitsluitend personen van 24 jaar en ouder te bereiken. Het volledig uitsluiten van jongvolwassenen is technisch niet altijd haalbaar, maar percentages onder de 100% moeten actief worden toegelicht, gemonitord en, waar mogelijk, worden voorkomen. Het doel is maximale bescherming van kwetsbare groepen.

Wat zijn best beschikbare technieken?
Best beschikbare technieken zijn meetmethoden en instrumenten die betrouwbaar en controleerbaar zijn en waarmee de vergunninghouder kan aantonen dat zijn reclame vooral personen van 24 jaar en ouder bereikt. Dit kunnen onder meer platformdata van het advertentiekanaal, externe meettools, interne registratiesystemen per campagne of doelgroepinstellingen zijn. Het hangt steeds van de concrete situatie af welke techniek of combinatie van technieken het beste is.

Hoe kan de vergunninghouder voldoen aan deze voorwaarde?
De vergunninghouder moet kunnen aantonen dat zijn reclame in de praktijk alleen personen van 24 jaar en ouder bereikt. Dit vereist dat hij zowel vooraf als achteraf maatregelen neemt, de resultaten controleert en afwijkingen actief adresseert. Het

gaat erom dat er sprake is van een continue inspanning om het bereik van kwetsbare groepen te minimaliseren en dat dit met controleerbare gegevens kan worden onderbouwd.

Wat wordt er verwacht als niet aangetoond kan worden dat de 95%-norm is gehaald?

Als blijkt dat de vergunninghouder niet kan aantonen dat de 95%-norm is gehaald, moet hij stoppen met adverteren via de betreffende kanalen. De reclame moet direct worden verwijderd en er mag pas opnieuw worden geadverteerd als voldoende maatregelen zijn genomen en de norm aantoonbaar wordt gehaald.

Wie is verantwoordelijk voor naleving van de voorwaarden?

De volledige verantwoordelijkheid en bewijslast ligt bij de vergunninghouder. Hij moet kunnen aantonen dat alle maatregelen effectief zijn toegepast en dat het bereik voldoet aan de wettelijke eisen. Zowel vooraf als achteraf moet dit met controleerbare gegevens worden onderbouwd, met gebruik van de best beschikbare technieken passend bij het specifieke kanaal.

Afzendgegevens

Kansspelautoriteit
Anna van Buerenplein 45A
2595 DA Den Haag
Postbus 298
2501 CG Den Haag
www.kansspelautoriteit.nl