

# GEDRAGSCODE PROMOTIONELE KANSSPELEN

## Inhoudsopgave

Preambule		1
Artikel 1	Definities	1
Artikel 2	Tijd en hoeveelheid	1
Artikel 3	Kosten	2
Artikel 4	Prijzen of premies	2
Artikel 5	Werving en promotie	2
Artikel 6	Minderjarigen	3
Artikel 7	Algemene spelvoorwaarden	3
Artikel 8	Klein promotioneel kansspel	4
Artikel 9	Klachten	4
Artikel 10	Informatie over de gedragscode	4
Artikel 11	Inwerkingtreding	4
Artikel 12	Evaluatie	4
Toelichting bij Preambule		5
Toelichting bij artikel 1	Definities	6
Toelichting bij artikel 2	Tijd en hoeveelheid	6
Toelichting bij artikel 3	Kosten	7
Toelichting bij artikel 4	Prijzen of premies	7
Toelichting bij artikel 5	Werving en promotie	8
Toelichting bij artikel 6	Minderjarigen	8
Toelichting bij artikel 7	Algemene spelvoorwaarden	8
Toelichting bij artikel 8	Klein promotioneel kansspel	9

## Preambule

1. Ingevolge de Wet op de kansspelen is het verboden gelegenheid te geven om mee te dingen naar prijzen of premies, indien de aanwijzing der winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen, tenzij daarvoor vergunning is verleend.
2. De Wet op de kansspelen voorziet niet in vergunningverlening voor promotionele kansspelen. Dat betekent dat promotionele kansspelen op dit moment verboden zijn. Bij de herziening van de Wet op de kansspelen zal een 'nee, tenzij-regime' worden ingevoerd voor promotionele kansspelen, op grond waarvan promotionele kansspelen niet zijn toegestaan, tenzij is voldaan aan een aantal voorwaarden. Daaraan wordt invulling gegeven door deze gedragscode.
3. De gedragscode promotionele kansspelen treedt op 1 januari 2006 in werking.
4. Promotionele kansspelen mogen uitsluitend ter promotie van een product, dienst of organisatie dienen en mogen niet als een zelfstandige activiteit worden aangeboden.
5. De aanbieder verplicht zich ertoe een promotioneel kansspel met inachtneming van de bepalingen van deze gedragscode te organiseren. Daarbij dient de code niet alleen naar de letter, maar ook naar de geest te worden toegepast.

## Artikel 1 Definities

In deze code wordt verstaan onder:

1. **Aanbieder:** een natuurlijke of rechtspersoon die gelegenheid geeft tot deelname aan een promotioneel kansspel.
2. **Communicatiekosten:** kosten die direct verband houden met het tot stand brengen van een verbinding of contact tussen een aanbieder van en een deelnemer aan een promotioneel kansspel.
3. **Deelnemer:** een natuurlijke of rechtspersoon die meedingt naar prijzen of premies in een promotioneel kansspel.
4. **Minderjarige:** natuurlijk persoon tot 18 jaar.
5. **Ouder:** ouder of wettelijke vertegenwoordiger van minderjarigen.
6. **Promotie:** elke vorm van bevordering, direct of indirect, van de naamsbekendheid van een organisatie of de afzet van goederen of diensten.
7. **Promotioneel kansspel:** het, bij wijze van promotie, geven van gelegenheid om mee te dingen naar prijzen of premies, waarbij de aanwijzing van de winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen.
8. **Trekking:** de aanwijzing van de winnaar(s) van prijzen of premies.
9. **Inleg:** de nominale waarde van de verkochte deelnamebewijzen.

## Artikel 2 Tijd en hoeveelheid

Een aanbieder biedt maximaal éénmaal per jaar per product, dienst of organisatie een promotioneel kansspel aan. Een promotioneel kansspel is tijdelijk van aard en omvat maximaal dertien trekkingen.

### **Artikel 3 Kosten**

1. Aan de deelname aan een promotioneel kansspel worden geen andere dan de in het tweede lid genoemde communicatiekosten verbonden.
2. De aanbieder mag bij een deelnemer aan een promotioneel kansspel uitsluitend communicatiekosten in rekening brengen tot ten hoogste € 0,60 kosten per deelname.
3. De hoogte van de in het tweede lid genoemde kosten wordt jaarlijks gewijzigd overeenkomstig de ontwikkeling van het prijsindexcijfer van de gezinsconsumptie.
4. De hoogte van de in het tweede lid genoemde kosten zijn voorafgaand aan deelname aan een promotioneel kansspel duidelijk kenbaar gemaakt.
5. De verkoopprijs bij aanschaf van producten of diensten waarbij gelegenheid wordt gegeven deel te nemen aan een promotioneel kansspel is niet hoger dan bij aanschaf van de desbetreffende producten of diensten zonder dat gelegenheid wordt gegeven deel te nemen aan dat promotionele kansspel.

### **Artikel 4 Prijzen of premies**

1. De totale economische waarde van de beschikbaar gestelde prijzen of premies per promotioneel kansspel bedraagt maximaal € 100.000,- per jaar.
2. De aanbieder van een promotioneel kansspel maakt voorafgaand aan deelname duidelijk welke en hoeveel prijzen of premies per promotioneel kansspel gewonnen kunnen worden.
3. Van alle prijzen of premies wordt een omschrijving gegeven waaruit de economische waarde blijkt of waaruit deze kan worden afgeleid.
4. De prijzen dienen in overeenstemming te zijn met de goede smaak, de goede zeden en het fatsoen.
5. De aanwijzing van de winnaar(s) van prijzen of premies uit de deelnemers geschiedt op onpartijdige wijze.
6. De aanbieder voorziet op verzoek van de deelnemer in een overzicht van uitgekeerde prijzen of premies van het promotionele kansspel.
7. De resultaten van een trekking worden binnen drie maanden na beëindiging van het promotionele kansspel bekendgemaakt.

### **Artikel 5 Werving en promotie**

1. De oproep tot deelname aan, alsmede de inhoudelijke informatie over een promotioneel kansspel is op generlei wijze misleidend of onvolledig en wekt geen valse verwachtingen bij de deelnemers.
2. De aanbieder draagt er zorg voor dat aan wervings- en reclame-activiteiten op zorgvuldige en evenwichtige wijze vorm wordt gegeven, waarbij in het bijzonder wordt gewaakt voor het aanzetten tot onmatige deelname aan de door de aanbieder georganiseerde promotionele kansspelen.

## **Artikel 6 Minderjarigen**

1. De aanbieder betracht grote zorgvuldigheid en terughoudendheid bij het aanbieden van een promotioneel kansspel aan minderjarigen of het oproepen van minderjarigen tot deelname aan een promotioneel kansspel.
2. De aanbieder stelt aan een minderjarige tot 16 jaar de voorwaarde dat diens ouder toestemming verleent voor deelname aan een promotioneel kansspel.
3. Voor promotionele kansspelen gericht of mede gericht op minderjarigen geldt dat de aangeboden prijzen of premies geschikt zijn voor minderjarigen en hen geen morele, mentale of fysieke schade berokkenen. Daarbij wordt rekening gehouden met het bevattingsvermogen en het verwachtingspatroon van minderjarigen met betrekking tot de aangeboden prijzen of premies.
4. De aanbieder van een promotioneel kansspel verzamelt geen persoonsgegevens van minderjarigen tot 16 jaar, noch laat deze verzamelen, zonder verifieerbare toestemming van een ouder van de minderjarige, tenzij dat noodzakelijk is om de minderjarige contactgegevens van zijn ouder te vragen teneinde toestemming te verkrijgen voor het uitreiken van prijzen of premies.

## **Artikel 7 Algemene spelvoorwaarden**

1. De aanbieder van een promotioneel kansspel stelt algemene spelvoorwaarden op.
2. De algemene spelvoorwaarden van een promotioneel kansspel bevatten ten minste de volgende gegevens:
  - a. naam en adres van de aanbieder;
  - b. de termijn waarbinnen deelname aan het promotionele kansspel mogelijk is;
  - c. de wijze waarop de deelnemer kan deelnemen;
  - d. de hoogte van de eventuele communicatiekosten, met een maximum van € 0,60 per deelname;
  - e. het aantal te winnen prijzen of premies en een beschrijving daarvan;
  - f. de wijze waarop winnaars worden aangewezen;
  - g. de wijze van bekendmaking van winnaars;
  - h. de datum van trekking en uitreiking van prijzen of premies;
  - i. de noodzaak van toestemming van een ouder bij deelname door een minderjarige tot 16 jaar;
  - j. de wijze van inhouding of aangifte van eventuele kansspelbelasting;
  - k. de wijze waarop de algemene spelvoorwaarden en eventuele andere informatie betreffende het promotionele kansspel verkrijgbaar zijn;
  - l. de wijze waarop over het promotionele kansspel klachten kenbaar gemaakt kunnen worden en de procedurele afhandeling daarvan; en
  - m. de vermelding van de aanbieder dat deze handelt in overeenstemming met deze gedragscode.

### **Artikel 8 Klein promotioneel kansspel**

1. Een promotioneel kansspel wordt aangemerkt als een klein promotioneel kansspel indien:
  - a. de totale waarde van de prijzen of premies ten hoogste € 4500,- bedraagt, en
  - b. de in artikel 3, tweede lid, bedoelde communicatiekosten maximaal de prijs van één postzegel voor een brief van 20 gram of lokaal telefoontarief bedragen.
2. De volgende artikelen van deze gedragscode zijn niet van toepassing op een klein promotioneel kansspel:
  - a. artikel 2;
  - b. artikel 3.1;
  - c. artikel 3.2;
  - d. artikel 3.4;
  - e. artikel 4.1
  - f. artikel 4.6; en
  - g. artikel 7.

### **Artikel 9 Klachten**

Een ieder die meent dat een aangeboden promotioneel kansspel niet voldoet aan één of meer bepalingen van deze gedragscode kan schriftelijk een klacht indienen tegen de aanbieder(s) van het desbetreffende promotionele kansspel bij het Projectbureau Kansspelen, Ministerie van Justitie.

In geval de klacht een promotioneel kansspel betreft waarbij verschillende aanbieders betrokken zijn, kan het Projectbureau Kansspelen volstaan de klacht door te zenden aan slechts één van de betreffende aanbieders. In dat geval wordt er vanuit gegaan dat de aangeschreven aanbieder partij is namens alle andere aanbieders.

### **Artikel 10 Informatie over de gedragscode**

Voor meer informatie over de werking van deze gedragscode kan contact opgenomen worden met:

Ministerie van Justitie  
Projectbureau Kansspelen  
Postbus 20301  
2500 EH Den Haag  
070-370 4620  
kansspelen@minjus.nl

### **Artikel 11 Inwerkingtreding**

De gedragscode treedt op 1 januari 2006 in werking.

### **Artikel 12 Evaluatie**

Vóór de inwerkingtreding van de gedragscode vindt er een nulmeting plaats. Na een jaar zal de gedragscode op basis van de nulmeting geëvalueerd worden. Op basis van de evaluatie kan de gedragscode zonodig worden bijgesteld.

## **TOELICHTING BIJ GEDRAGSCODE PROMOTIONELE KANSSPELEN**

### **Toelichting bij Preambule**

Ingevolge de Wet op de kansspelen is het aanbieden van kansspelen zonder vergunning niet toegestaan. De wet maakt daarbij geen onderscheid tussen kansspelen met of zonder inleg. De vergunningplicht geldt derhalve voor alle typen kansspelen, ook promotionele kansspelen.

De hoofddoelstelling van het Nederlandse kansspelbeleid 'het reguleren en beheersen van kansspelen, met bijzondere aandacht voor het tegengaan van kansspelverslaving, het beschermen van de consument en het tegengaan van illegaliteit en criminaliteit' wordt met de gedragscode gediend: door strikte voorwaarden te stellen, zullen de financiële risico's en risico's van kansspelverslaving voor consumenten worden beperkt. Tegelijkertijd wordt tegemoet gekomen aan de behoefte van kansspelvergunninghouders en het bedrijfsleven om promotionele kansspelen aan te bieden en aan de behoefte van consumenten om aan promotionele kansspelen deel te nemen.

De afgelopen jaren is het aanbod van promotionele kansspelen sterk toegenomen. Onder promotionele kansspelen wordt verstaan: het, bij wijze van promotie, geven van gelegenheid om mee te dingen naar prijzen of premies, waarbij de aanwijzing van de winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen. Vaak wordt voor deelname aan een promotioneel kansspel gebruikelijke communicatiekosten in rekening van de deelnemer gebracht. In een toenemend aantal gevallen is echter sprake van meer dan communicatiekosten, zoals een postzegel of gelimiteerde telefoonkosten. In de Tweede voortgangsrapportage kansspelen van 31 maart 2003 (Kamerstukken II 2002/03, 24 036 en 24 557, nr. 280) heeft het kabinet het voornemen geuit om aan de wildgroei van dergelijke kansspelen een eind te maken door promotionele kansspelen die geen financiële risico's en risico's van kansspelverslaving met zich meebrengen onder voorwaarden toe te staan.

Tijdens het algemeen overleg van de vaste commissie voor Justitie en Financiën van de Tweede Kamer op 28 juni 2005 hebben diverse fracties er bij de Minister van Justitie op aangedrongen om op korte termijn maatregelen te treffen tegen het overmatige aanbod van promotionele kansspelen. De Minister van Justitie heeft daarop besloten de code per 1 januari 2006 in te voeren.

De kansspelen waarvoor vergunning is verleend vallen buiten het toepassingsbereik van de gedragscode. Indien een vergunninghouder een promotioneel kansspel organiseert, waarbij een eigen product als prijs fungeert, dient de vergunninghouder in dit geval ook aan alle voorwaarden van de gedragscode te voldoen. Het promotionele kansspel mag alleen aangeboden worden als bepaalde voorwaarden in de vergunning of bijvoorbeeld een specifieke reclamecode dit niet verbieden.

Als een aanbieder zonder vergunning een product van een vergunninghouder, met diens instemming, als prijs van een promotioneel kansspel aanbiedt, dan moet deze aanbieder in dit geval voldoen aan alle voorwaarden van de gedragscode.

### **Toelichting bij artikel 1                      Definities**

Lid 7. Promotioneel kansspel:

Bij het aanbieden van het promotionele kansspel moet duidelijk zijn wat het onderwerp van promotie is. Daarnaast is het kanselement bepalend: een speler heeft geen overwegende invloed op het winnen van prijzen of premies.

Voorbeelden van het kanselement bij promotionele kansspelen zijn:

- a. deelnemers sturen een antwoord op een vraag in. Uit alle goede inzendingen wordt een winnaar getrokken. Het kanselement is de trekking uit alle goede inzendingen;
- b. een willekeurige zak chips met daarin een voorwerp dat recht geeft op prijzen of premies;
- c. sweepstakes waarbij voorafgaand aan deelname de winnaars of winnende elementen van prijzen of premies bepaald zijn.

### **Toelichting bij artikel 2                      Tijd en hoeveelheid**

In artikel 2 wordt het woord 'of' gebruikt. Daaronder is mede begrepen de situatie dat meer dan één van de genoemde gevallen zich tegelijk voordoen.

In het onderstaande worden enkele voorbeelden beschreven om aan te geven wat binnen de kaders van de gedragscode valt.

Voorbeeld 1:

Een frisdrankproducent genaamd FRIS mag eenmaal per jaar het merk FRIS promoten met een promotioneel kansspel. Daarnaast mag FRIS zijn product FRIS Light eenmaal per jaar promoten op basis van een promotioneel kansspel. FRIS kan in hetzelfde jaar ook voor zijn product sinaasappelsap een promotioneel kansspel aanbieden. Ditzelfde voorbeeld kan gegeven worden met smaakvarianten van een product. Deze worden als afzonderlijke producten beschouwd.

Voorbeeld 2:

Een maandblad kan per vier weken een trekking organiseren van het promotionele kansspel dat het gehele jaar loopt bij promotie voor het maandblad. In het blad kunnen binnen de kaders van deze gedragscode verschillende producten van adverteerders worden aangeprezen met behulp van een promotioneel kansspel.

Voorbeeld 3:

Een bepaald televisieprogramma kan éénmaal per jaar met een promotioneel kansspel worden gepromoot. Indien dit programma elke week wordt uitgezonden dan kan dertien maal één of meer winnaars per uitzending worden aangewezen.

Voorbeeld 4:

Filiaalbedrijven maken deel uit van een organisatie, maar kunnen zelfstandig aanbieder zijn van een promotioneel kansspel zonder dat dit ten koste gaat van de ene mogelijkheid tot aanbieden per jaar per organisatie. Het onderscheidende criterium zit in het lokale of regionale karakter van het promotionele kansspel. Dit betekent dat het lokale of regionale promotionele kansspel zich moet onderscheiden van een landelijk gericht promotioneel kansspel voor de gehele organisatie. Dit kan tot uiting komen in bijvoorbeeld de wijze van communicatie met doelgroep of verspreidingsgebied van promotiemateriaal.

Voorbeeld:

Een filiaalbedrijf in Rotterdam van een doe 't zelf winkelbedrijf organiseert een promotioneel kansspel. Het winkelbedrijf kan daarnaast voor al haar filiaalbedrijven een landelijke promotioneel kansspel organiseren. De twee promotionele kansspelen moeten een verschillend karakter hebben en op zichzelf staan.

### **Toelichting bij artikel 3                      Kosten**

De aanbieder van een promotioneel kansspel mag alleen communicatiekosten, inclusief BTW, in rekening brengen bij de deelnemer, eventueel via een tussenpersoon zoals een telecom bedrijf.

Indien kosten aan de deelnemer worden doorberekend die uitgaan boven de € 0,60 per deelname of niet onder de definitie van communicatiekosten vallen, dan worden deze kosten beschouwd als inleg. Hiermee valt het promotionele kansspel buiten de werking van de gedragscode. Op basis van de Wet op de kansspelen is het verboden dit spel zonder vergunning aan te bieden.

### **Toelichting bij artikel 4                      Prijzen of premies**

Lid 1. De prijzen of premies van filiaalbedrijven van een organisatie mogen bij elkaar opgeteld bij een landelijke actie niet boven de € 100.000,- uitkomen.

Lid 2. Van een deelnemer mag geen andere tegenprestatie om voor een prijs in aanmerking te komen worden verlangd, dan dat deze verifieert of laat verifiëren of er recht op een prijs bestaat. Het al dan niet meewerken aan promotionele activiteiten mag niet leiden tot hogere prijzen of premies dan voorafgaand aan deelname aan het promotionele kansspel bekend is gemaakt.

Lid 3. De economische waarde van prijzen of premies is niet altijd te omschrijven of duidelijk te maken. In voorkomende gevallen volstaat een beschrijving van prijzen of premies.

Voorbeeld:

Een prijs in een promotioneel kansspel van een muzikzender is een ontmoeting met een muzikant. Deze prijs heeft geen bepaalde economische waarde. Een omschrijving van de prijs voorafgaand aan de trekking volstaat.

Lid 5. Op meerdere manieren kan het begrip 'op onpartijdige wijze' worden ingevuld bij het toekennen van prijzen of premies door:

- a. een notaris;
- b. een gerechtsdeurwaarder;
- c. een persoon die geen direct belang heeft bij de aanbieder of het aangeboden spel;
- d. een instrument (bijvoorbeeld een computer) dat op onpartijdige wijze tot aanwijzing van winnaars kan komen.

### **Toelichting bij artikel 5                      Werving en promotie**

Werving en promotie mogen niet misleidend zijn.

Enkele voorbeelden van misleiding zijn:

- a. de suggestie dat de ontvanger reeds winnaar is van een prijs, bijvoorbeeld door de vermelding van de naam van de ontvanger op een uittreksel uit de lijst van winnaars;
- b. het gebruik van nabootsingen van cheques of andere waardepapieren, zonder een doordruk 'specimen' of andere aanduiding dat er slechts sprake is van een voorbeeld zonder waarde;
- c. de suggestie dat de ontvanger een grotere kans maakt op een prijs dan andere deelnemers, bijvoorbeeld door de naam van een ander te voorzien van een doordruk 'verliezer';
- d. het in grote letters vermelden dat een ontvanger reeds winnaar is van een prijs, terwijl uit lezing van het reglement blijkt dat de ontvanger daarop slechts kans heeft;
- e. het onvoldoende relativeren van de winkans van de ontvanger, door de indruk te geven dat de ontvanger reeds gewonnen heeft, terwijl dit niet in de mailing zelf maar in de bijlage(n) of het reglement ontkracht wordt; en
- f. het aanmerken van iedere ontvanger van een sweepstake als 'winnaar' ('everybody wins' methode) waarbij slechts een prijs van minieme waarde wordt toegekend.

### **Toelichting bij artikel 6                      Minderjarigen**

Lid 1. Voor minderjarigen geldt een bijzondere zorgplicht bij het aanbieden van een promotioneel kansspel. Een zorgplicht betekent dat rekening wordt gehouden met het bevattingsvermogen van minderjarigen. Een algemene norm is daarvoor niet beschikbaar. Wel geldt dat de zorgplicht aansluit op alles dat in de gemiddelde omgang met minderjarigen als normaal voor een bepaalde leeftijd wordt beschouwd.

Lid 2. Voor minderjarigen tot 16 jaar dienen de ouders of wettelijke vertegenwoordigers toestemming te verlenen voor deelname aan het promotionele kansspel. Tijdens bijvoorbeeld de prijsuitreiking kan gecontroleerd worden of toestemming is verleend.

Lid 3. De aangeboden prijzen dienen aan te sluiten bij het verwachtingspatroon en het bevattingsvermogen van een minderjarige.

Voorbeeld:

Bij een promotioneel kansspel gericht op minderjarigen past het niet om een auto als prijs aan te bieden.

### **Toelichting bij artikel 7                      Algemene spelvoorwaarden**

De aanbieder van een promotioneel kansspel stelt algemene spelvoorwaarden op en maakt deze kenbaar aan de deelnemers. Deze voorwaarden kunnen worden vermeld op

bijvoorbeeld het product zelf, teletekst van de televisiezender of op de internetsite van het programma. Hier worden zaken weergegeven als de algemene spelvoorwaarden, het tarief voor deelname, de mogelijkheid voor consumenten om 0900-nummers te blokkeren en een klachtenlijn.

Daarnaast zou er in de toekomst een mogelijk keurmerk kunnen worden vermeld door de marktpartijen die zich aan de code hebben gecommitteerd.

### **Toelichting bij artikel 8                      Klein promotioneel kansspel**

Met dit artikel wordt een ondergrens voor kleine promotionele kansspelen gecreëerd. Met name bij het midden- en kleinbedrijf bestaat behoefte aan de mogelijkheid om zonder al te veel administratieve lasten toch een klein promotioneel kansspel aan te bieden bij het promoten van producten, diensten of organisatie.

Ook voor aanbieders van prijspuzzels en andere kleine promotionele kansspelen is behoefte aan een mogelijkheid om zonder al te veel administratieve lasten en beperking in tijd en hoeveelheid gelegenheid te geven om bij promotie relatief kleine prijzen beschikbaar te stellen.

Bij een klein promotioneel kansspel geldt de voorwaarde dat deelname tegen gelimiteerde communicatiekosten (maximaal de prijs van één postzegel voor een brief van 20 gram of lokaal telefoontarief) geschiedt en dat het totale prijzenpakket hoogstens € 4500,- bedraagt.

Promotionele kansspelen met een prijzenpakket tot € 4500,-, maar waarvoor de communicatiekosten voor een deelnemer boven de gelimiteerde communicatiekosten uitkomen, worden niet tot de kleine promotionele kansspelen gerekend en moeten voldoen aan alle voorwaarden van de gedragscode.

Promotionele kansspelen met een prijzenpakket tussen € 4500,- en € 100.000,- waarvoor geen communicatiekosten worden berekend, worden niet tot de kleine promotionele kansspelen gerekend en moeten voldoen aan alle voorwaarden van de gedragscode.