



Praktijkhandreiking Kansspelen 2019

Commissariaat voor de Media

14 februari 2019



Inhoud

1. Waarover gaat deze praktijkhandreiking?
2. Welke regels gelden er voor sponsoring door een kansspelaanbieder?
3. Welke regels gelden er met betrekking tot vermijdbare uitingen over een kansspelaanbieder?
4. Vragen?

I. Waarover gaat deze praktijkhandreiking?

Met deze praktijkhandreiking wil het Commissariaat voor de Media u informeren over de regels met betrekking tot sponsoring en vermijdbare uitingen die gelden voor aanbieders van kansspelen.

II. Welke regels gelden er voor sponsoring door een kansspelaanbieder?

a. Sponsoring door een kansspelaanbieder bij een publieke media-instelling

Een kansspelaanbieder die zijn opbrengst afdraagt aan goede doelen wordt, wanneer deze bijdraagt aan de totstandkoming van het media-aanbod, door het Commissariaat niet aangemerkt als sponsor in de zin van artikel 1.1, eerste lid, van de Mediawet 2008, maar als een zogenoemde 'niet-sponsor'. Deze uitzondering geldt voor aanbieders van kansspelen met een vergunning op grond van artikel 3, artikel 14b, artikel 16, artikel 24 of artikel 27b van de Wet op de kansspelen. Dit zijn vergunningen voor het organiseren van goede doelen loterijen, de instantloterij, het organiseren van sportprijsvragen, de totalisator en de lotto.

Ook een niet-sponsor kan een bijdrage leveren aan de totstandkoming van het media-aanbod. In artikel 2.114 van de Mediawet is bepaald dat de sponsorregels voor de publieke omroepen ook van toepassing zijn indien instellingen die niet als sponsor worden aangemerkt een bijdrage verstrekken.

Er is één verschil tussen een sponsor en een niet-sponsor: voor niet-sponsors is de beperking uit artikel 2.106 niet van toepassing. Dit houdt in dat een niet-sponsor aan alle soorten programma's een bijdrage mag verstrekken, ook als deze niet cultureel of educatief van aard is.

b. Sponsoring door een kansspelaanbieder bij een commerciële media-instelling

Een kansspelaanbieder die zijn opbrengst afdraagt aan goede doelen wordt door het Commissariaat niet aangemerkt als sponsor in de zin van artikel 1.1, eerste lid, van de Mediawet 2008, maar als een zogenoemde 'niet-sponsor'. Het gaat hier om aanbieders met een vergunning op grond van artikel 3, artikel 14b, artikel 16, artikel 24 of artikel 27b van de Wet op de kansspelen. Dit zijn vergunningen voor de algemene goede doelen loterijen, de instantloterij, het organiseren van sportprijsvragen, de totalisator en de lotto.

Uit artikel 3.18 van de Mediawet, gelezen in combinatie met artikel 3.16, blijkt overigens dat bij gesponsord media-aanbod ter informatie van het publiek moet worden vermeld dat en door wie het programma-aanbod is gesponsord. Aan deze regels moet ook worden voldaan indien er sprake is van een bijdrage door een niet-sponsor, zij het dat de vorm waarin dat dient te gebeuren, vrij staat aan de omroep die gebruik maakt van een niet-sponsor.

De overige sponsorregels zijn niet van toepassing op niet-sponsors.

III. Welke regels gelden er met betrekking tot vermijdbare uitingen over een kanspelaanbieder?

Het is niet toegestaan producten of diensten van een sponsor (of niet-sponsor) te tonen in het door hem gesponsorde programma. De Regeling toegestane vermijdbare uitingen 2016 kent een uitzondering voor aanbieders van bepaalde kansspelen.

Vermijdbare uitingen in de vorm van het tonen of vermelden van het (beeld)merk of de naam van een loterij zijn toegestaan voor zover deze op een neutrale en niet overmatige wijze plaatsvindt én in het media-aanbod een trekking of de volledige eerste bekendmaking van de uitslag van een trekking plaatsvindt, óf bekendheid wordt gegeven aan de door de loterij gesponsorde doelen. Dit geldt voor loterij-aanbieders met een vergunning op grond van artikel 3, artikel 9 of artikel 27b van de Wet op de kansspelen. Dit zijn vergunningen voor de algemene goede doelen loterijen, de staatsloterij en de lotto.

In beginsel wordt de uitreiking van een prijs - waaronder mede wordt verstaan het overhandigen van prijzen aan winnaars - niet als een bekendmaking van de uitslag van een trekking aangemerkt, tenzij dit samenvalt met, of onderdeel uitmaakt van, de volledige eerste bekendmaking van de trekkingsuitslag.

Het direct of verkapt oproepen tot het kopen van loten of het afsluiten van een loterij-abonnement wordt aangemerkt als een reclameboodschap in de zin van de Mediawet en is dus niet toegestaan in het media-aanbod van publieke media-instellingen.

IV. Vragen?

Heeft u vragen of opmerkingen over deze praktijkhandreiking? U kunt dan een e-mail sturen naar [cvdm@cvdm.nl](mailto:cvd@cvdm.nl) of bellen naar het telefonisch spreekuur dagelijks tussen 11.00 en 12.00 uur via het telefoonnummer 035 – 773 77 00. Het Commissariaat helpt u graag verder.