

Ministerie van Justitie

> Retouradres Postbus 20301 2500 EH Den Haag

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Postbus 20018
2500 EA DEN HAAG

**Directoraat-Generaal
Preventie, Jeugd en
Sancties**

Directie Sanctie- en
Preventiebeleid
projectbureau Kansspelen

Schedeldoekshaven 100
2511 EX Den Haag
Postbus 20301
2500 EH Den Haag
www.justitie.nl

Ons kenmerk

5590564/09/DSP

*Bij beantwoording de datum
en ons kenmerk vermelden.
Wilt u slechts één zaak in uw
brief behandelen.*

Datum 9 maart 2009
Onderwerp Vragen van het lid De Wit (SP) over een reclameactie van de
Sponsor Bingo Loterij (nr. 2080913820)

Hierbij zend ik u mijn antwoorden op de vragen van het lid De Wit (SP) over een
reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij.

De Minister van Justitie,

Antwoorden van de Minister van Justitie op vragen van het lid De Wit (SP) over een reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij. (Ingezonden 17 februari 2009, nr. 2080913820)

**Directoraat-Generaal
Preventie, Jeugd en
Sancties**
Directie Sanctie- en
Preventiebeleid
projectbureau Kansspelen

Vraag 1.

Herinnert u zich de vragen over een reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij?

Datum
9 maart 2009

Antwoord 1.

Ja.

Ons kenmerk
5590564/09/DSP

Vraag 2.

Wat was de reactie op uw brief aan de Nationale Goede Doelen Loterijen waarin u uitdrukkelijk vraagt om te stoppen met reclameacties die lijken op de "win-elk-uur"acties, zoals de uitlating "Iedereen een LCD-TV en 1 op 4 wint € 7.500,00 gegarandeerd!"?

Antwoord 2.

Op 22 februari 2008 heb ik de Nationale Goede Doelen Loterijen een brief gestuurd over de win-elk-uur acties met de uitdrukkelijke vraag die acties niet langer te organiseren op de wijze zoals die destijds plaatsvond. Kernpunt hierbij was dat onvoldoende duidelijk was dat er geen sprake was van een trekking op ieder uur, zoals in de campagne werd gesuggereerd. De Nationale Goede Doelen Loterijen hebben mij in reactie op de brief laten weten dat zij naar aanleiding van de brief in daaropvolgende reclameacties extra aandacht hebben besteed aan de briefteksten bij win-ieder-uur acties.

Vraag 3.

Kent u de nieuwe reclameactie van de Sponsor Bingo Loterij, die onder andere ondersteund wordt met reclameacties op tv, waarbij miljoenen Nederlanders een envelop hebben ontvangen met de teksten "Bingo Studio UITNODIGING" en "Hartelijk welkom in de studio", bevattende een brief met de kop "Iedereen een GRATIS thuisbioscoop-set 2) en 1-op-4 wint € 7.500,00" en een toegangskaartje voor twee personen voor twee zitplaatsen in de studio?

Antwoord 3.

Ja.

Vraag 4.

Deelt u de mening dat de nieuwe reclamecampagne een kopie is van de eerdere campagne die u beoordeelde als niet passend binnen een restrictief kansspelbeleid?

Antwoord 4.

Ik constateer dat de huidige reclamecampagne vanuit het oogpunt van zorgvuldigheid ten opzichte van de campagne "Iedereen een LCD-TV en 1 op 4 wint € 7.500,00 gegarandeerd" van vorig jaar op onderdelen is verbeterd. Zo luidt de slogan van de actie thans: "Iedereen een gratis thuisbioscoop-set en 1-op-de-4 wint € 7.500,00". De term "gegarandeerd" wordt in de huidige slogan niet gehanteerd. In de tekst van de huidige mailing is vermeld dat de ontvanger van de brief kans maakt als kandidaat bij de opnames van Bingo-TV aanwezig te zijn. Mededelingen dat men op een specifiek tijdstip aanwezig zou moeten zijn of

dat men zich moet afmelden bij verhindering, zoals vorig jaar werden gedaan, ontbreken in de huidige mailings. Op het in de mailings bijgevoegde toegangskaartje voor twee personen is meegedeeld dat men moet meespelen met de Sponsor Bingo Loterij om kans te maken als kandidaat te worden uitgenodigd. Verder zijn de actievoorwaarden vermeld op de achterzijde van de brieven bij de mailings, terwijl dat vorig jaar niet het geval was.

**Directoraat-Generaal
Preventie, Jeugd en
Sancties**
Directie Sanctie- en
Preventiebeleid
projectbureau Kansspelen

Datum
9 maart 2009

Ons kenmerk
5590564/09/DSP

Niettemin bevatten de reclame-uitingen nog steeds onduidelijkheden. Het vergt van de (potentiële) deelnemers enige bestudering om de actie goed te kunnen doorgronden. Zo wordt door de gebruikte slogan gesuggereerd dat iedereen een gratis thuisbioscoop krijgt, terwijl dat niet het geval is. Tevens blijkt naar mijn mening in onvoldoende mate dat alle bestaande deelnemers aan de Sponsor Bingo Loterij kans maken als kandidaat te worden uitgenodigd.

Vraag 5.

Welke actie gaat u ondernemen nu de Sponsor Bingo Loterij zich blijkbaar niets aantrekt van uw eerdere nadrukkelijke verzoek om met deze vorm van reclame te stoppen?

Antwoord 5.

Gelet op de wijzigingen ten opzichte van de actie van vorig jaar heb ik niet de indruk dat de Sponsor Bingo Loterij zich niets heeft aangetrokken van mijn verzoek van 22 februari 2008. Dat laat echter onverlet dat de informatie voor de (potentiële) deelnemers voor verbetering vatbaar is. Vorig jaar heeft het Nederlands Kansspel Platform (NKP) een evaluatie van de gedrags- en reclamecode kansspelen uitgevoerd. Zoals ik eerder heb toegezegd zal ik binnenkort in mijn reactie daarop aangeven op welke punten de gedrags- en reclamecode aangepast moet worden. Daarin zullen deze en vergelijkbare reclameacties worden meegenomen.

Vraag 6.

Wilt u deze vragen beantwoorden vóór het algemeen overleg over kansspelen op 5 maart 2009?

Antwoord 6.

Ik beantwoord deze vragen vóór het algemeen overleg over kansspelen, dat inmiddels is verplaatst naar 19 maart 2009.