



Reclamebeleid

Datum: 16 mei 2025. Versie: 2.2.



Vastgesteld door	Vastgesteld op	Opmerking
Robert Schouten (1.2)	22-03-2023	Bijgewerkt i.v.m. jaarlijkse controle
Robert Schouten (1.3)	31-05-2023	Bijgewerkt i.v.m. wijziging Compliance Manager & wijziging Besluit Reclame & preventie
Robert Schouten (2.0)	01-10-2024	Bijgewerkt i.v.m. wetswijzigingen en herziening van beleid
Robert Schouten (2.1)	14-02-2025	Bijgewerkt i.v.m. herziening van beleid
Robert Schouten (2.2)	16-05-2025	Bijgewerkt i.v.m. wijziging aanstelling Compliance officer

Bijdragers	Mike de Graaff (BetComply) & Kalff Katz & Franssen
------------	--

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
1.1 Algemeen	2
1.2 Definities	2
1.3 Wettelijke kaders	3
1.4 Rollen & verantwoordelijkheden	4
1.4.1 Verslavingspreventie Vertegenwoordiger	4
1.4.2 Marketing Manager	5
1.4.3 Compliance Team	5
1.4.4 Verslavingspreventie risicoanalist	5
1.4.5 Externe partijen	5
2. Beleid	6
2.1 De afstemming op de risicoanalyse	6
2.2 Het werven van nieuwe spelers	6
2.2.1 Kwetsbare personen	7
2.2.2 Uitgesloten spelers	9
2.2.3 Misleidende, agressieve of niet-transparante vormen van reclame	10
2.3 Het gebruik van verschillende kanalen	11
2.4 Het informeren van nieuwe spelers	13
2.5 Het gebruik van bonussen	14
2.6 Prijzen in natura	14
2.7 Sponsoring	14
3. Kwaliteitsmanagement	15
3.1 Intern Toezicht	15
3.2 Herziening van het beleid	15
3.3 Documentatieverplichtingen	15
3.4 Rapporteren aan de Kansspelautoriteit	16

1. Inleiding

1.1 Algemeen

Dit beleid is opgesteld om een duidelijk kader te bieden voor het uitvoeren van wervings- en reclameactiviteiten binnen de sector kansspelen op afstand. Het doel is om op een evenwichtige, zorgvuldige en verantwoorde wijze vorm te geven aan de wervings- en reclameactiviteiten conform de geldende wet- en regelgeving en Smart Gaming's verslavingspreventiebeleid. Hierbij wordt rekening gehouden met de doelstellingen van zowel de Kansspelautoriteit als de wetgever, met als oogmerk de kanalisatie doelstelling te ondersteunen.

Dit beleid beschrijft hoe Smart Gaming rekening houdt met de vorm, inhoud, type en doelpubliek van al haar reclame-uitingen. Daarbij wordt gewaarborgd dat de reclameboodschappen niet misleidend of agressief zijn, noch onmatige deelname aan kansspelen bevorderen. Transparantie over de risico's van kansspelen staat voorop, waarbij de informatie voor alle potentiële spelers toegankelijk is. Verder wordt toegelicht hoe de resultaten van de risicoanalyse op spelniveau worden geïmplementeerd in de reclameactiviteiten.

Dit beleid is goedgekeurd door de enige directeur van Smart Gaming en maakt deel uit van het bredere nalevingskader dat aansluit bij de geldende wet- en regelgeving voor het aanbieden van kansspelen op afstand in Nederland. Alle personen in sleutelposities (indien van toepassing) en werknemers die dagelijks verantwoordelijk zijn voor de wervings- en reclameactiviteiten, zijn vertrouwd met de inhoud van dit beleid.

1.2 Definities

Gokverslaving is een dwangmatige en oncontroleerbare behoefte om te gokken, waarbij de persoon niet in staat is om deze behoefte te weerstaan.

CRUKS is het centraal register uitsluiting kansspelen systeem dat spelers helpt zich uit te sluiten van kansspelen om gokverslaving te voorkomen. Spelers kunnen zich vrijwillig of op basis van een advies uitsluiten.

Interventies zijn maatregelen als bedoeld in artikel 18 van het Besluit Reclame & Preventie

Netto-stortingen zijn het verschil tussen de totale stortingen en opnames van een speler.

Ongerichte reclame zijn alle vormen van wervings- en reclameactiviteiten die niet gericht kunnen worden uitgevoerd. Waaronder wervings- en reclameactiviteiten op TV en radio; in kranten en tijdschriften; op openbare plaatsen; voor publieke toegankelijke gebouwen; en promotionele kansspelen.

Onmatige deelname is risicovol en ongecontroleerd speelgedrag dat kan leiden tot gokverslaving en/of problemen door deelname aan onze kansspelen voor de speler zelf en/of zijn naasten.

Parameter is een drempel binnen het risicodetectiesysteem die wordt gebruikt om signalen te registreren.

Probleemspelers zijn spelers wiens speelgedrag een hoog risico op kansspelverslaving vertoont, gekenmerkt door een aanhoudende drang om door te spelen.

Recreatieve spelers zijn spelers wiens speelgedrag weinig tot geen risico op verslaving vertoont.

Redelijk vermoeden is een redelijke twijfel of een speler in staat is om te stoppen met risicoloos gokken, gebaseerd op tekenen van overmatig speelgedrag.

Rolmodellen zijn personen die publieke bekendheid genieten en personen met wie andere personen zich willen identificeren of associëren. Waaronder, personen die hun bekendheid ontlene aan activiteiten in het heden of verleden of personen die zichtbaar een ambt of beroep vervullen of uitbeelden waarvan een maatschappelijke voorbeeldfunctie uitgaat.

Smart Gaming/ SG wij beschrijft de entiteit Smart Gaming BV die geregistreerd is met nummer 84398019 bij de Kamer van Koophandel en kantoor houdt op Schenkkade 50 in Den Haag, die onder haar vergunningsnummer 1949, afgegeven door de Nederlandse Kansspelautoriteit, kansspelen op afstand aanbiedt op de Nederlandse (kansspel)markt.

Wervings- en reclameactiviteiten zijn elke vorm van communicatie, direct of via derden, om producten of diensten onder de aandacht te brengen en te promoten.

Definitie	Afkorting
Centraal Register Uitsluiting Kansspelen	CRUKS
Kansspelautoriteit	Ksa
Verslavingspreventie Vertegenwoordiger	VPV

1.3 Wettelijke kaders

De wet- en regelgeving waarop dit Reclamebeleid is gebaseerd bestaat uit:

Wet- en regelgeving	Afkorting
Beleidsregels vergunningverlening kansspelen op afstand	Beleidsregels Koa
Besluit Kansspelen op Afstand	Besluit Koa
Besluit ongerichte reclame kansspelen op afstand	Borka
Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen	Besluit Reclame & Preventie
Mediawet 2008	Mediawet
Reclamecode Online Kansspelen	Reclamecode
Beleidsregels verantwoord spelen	BVS
Regeling Kansspelen op Afstand	Regeling Koa
Regeling werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen	Regeling Reclame & Preventie
Wet op de Kansspelen	WOK
Regeling speellimieten en bewust spelgedrag	Regeling SLBSG

1.4 Rollen & verantwoordelijkheden

Alle medewerkers en uitbestedingspartners die gelieerd zijn aan reclameactiviteiten van Smart Gaming hebben toegang tot dit Reclamebeleid en dienen deze te lezen en accepteren alvorens zij werkzaamheden uitvoeren. In het kader van reclame vallen daar in ieder geval onder:

- De directeur van Smart Gaming BV, die de eindverantwoordelijkheid draagt voor de naleving van de toepasselijke wet- en regelgeving door zowel interne medewerkers als uitbestedingspartners.
- Medewerkers in sleutelposities die betrokken zijn bij het ontwerp, de implementatie en het onderhoud van het Reclamebeleid, zoals de Marketing Manager, het Compliance Team, de Verslavingspreventie Vertegenwoordiger en de Verslavingspreventie risicoanalist.
- Uitbestedingspartners aan wie marketingcampagnes worden uitbesteed, zoals affiliates en marketingbureaus, die middels afspraken en addendums worden herinnerd aan hun verplichtingen omtrent dit beleid.

1.4.1 Verslavingspreventie Vertegenwoordiger

De Verslavingspreventie Vertegenwoordiger (VPV) is verantwoordelijk voor het toezicht op de ontwikkeling, uitvoering en het onderhoud van het verslavingspreventiebeleid. Deze functie is essentieel om ervoor te zorgen dat het beleid functioneert in de praktijk.

De VPV houdt toezicht op de operationele teams die verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van het verslavingspreventiebeleid. Dit omvat het monitoren van de naleving van het beleid en het evalueren van de effectiviteit van de preventiemaatregelen.

In haar functie brengt zij kennis met zich mee over:

- ❖ De hulpverlening die beschikbaar is binnen de Nederlandse verslavingszorg, via welke weg de speler doorverwezen kan worden en hoe deze hulp wordt georganiseerd.
- ❖ Recente wetenschappelijke bevindingen en trends op het gebied van kansspelverslaving en preventie.
- ❖ De uitvoering en kenmerken van het kansspel aanbod van Smart Gaming.
- ❖ De risicoanalyses die zijn uitgevoerd met betrekking tot het kansspel aanbod.
- ❖ De uitvoering van het verslavingspreventiebeleid en het bijbehorende werving- en reclamebeleid.

Naast de operationele verantwoordelijkheden draagt de VPV ook verantwoordelijkheid voor de aansluiting van het verslavingspreventiebeleid op de beschikbare hulpverlening in Nederland, afgestemd op de behoeften van de spelers.

De VPV fungeert als aanspreekpunt, zowel intern voor medewerkers van Smart Gaming als extern voor hulpinstanties zoals verslavingszorginstellingen, deskundigen en toezichthouders. Ook is de VPV betrokken bij samenwerkingen met relevante partners.

De VPV is bereikbaar via het e-mailadres: verslavingspreventie@betnation.nl.

Mevr. M. Lescrauwaet is aangesteld als VPV. Met haar ervaring in de gokindustrie, specifiek op het gebied van verantwoord gokken, brengt zij waardevolle kennis en expertise met zich mee. In haar rol als VPV werkt zij voortdurend samen met het Centrum voor Verantwoord Gokken (CvVG), om haar vaardigheden te blijven ontwikkelen en verfijnen.

1.4.2 Marketing Manager

De Marketing Manager van Smart Gaming voert de regie over de reclamecampagnes van Betnation. Hij zet deze bij de totstandkoming en ontwikkeling uit bij de respectievelijke externe partijen en controleert de reclamecampagnes of deze voldoen aan de eisen omtrent de vorm, inhoud, type en publiek zoals opgenomen in dit beleid.

1.4.3 Compliance Team

Het Compliance Team is verantwoordelijk voor de naleving van de Wok en aangesloten toepasselijke wet- en regelgeving door zowel medewerkers als uitbestedingspartners van Smart Gaming. In het kader van Reclame controleert dit team nieuwe campagnes en initiatieven van SG voordat deze worden gedaan op de Nederlandse markt en evalueert en actualiseert zij dit Reclamebeleid. Bij het opstel- en het implementatieproces zorgt zij ervoor dat alle opgestelde beleidsstukken beschikbaar zijn en toegankelijk voor de medewerkers en uitbestedingspartners van SG en voert zij controles uit op de naleving hiervan.

Mevr. Marieke Lange is aangesteld als Compliance Officer.

1.4.4 Verslavingspreventie risicoanalist

Zoals beschreven in artikel 3.1.9 van de beleidsregels verantwoord spelen, zijn vergunninghouders verplicht een wetenschappelijke analyse van de verslavingsrisico's uit te laten voeren op het voorgenomen productaanbod. Wij hebben deze analyse laten uitvoeren door Mevr. Y. Jansma.

Mevrouw Y. Jansma heeft meer dan 20 jaar ervaring in de verslavingszorg. Zij is gespecialiseerd in het voorkomen van gokgerelateerde schade en gokverslavingen, en heeft daarnaast ervaring in de behandeling van gokverslavingen. Mevrouw Jansma waarborgt volledige onafhankelijkheid en objectiviteit bij het uitvoeren van risicoanalyses, met name op het gebied van spelersbescherming en verantwoord gokken. Er worden geen handelingen verricht die in strijd zijn met haar rol als risicoanalist, en er is geen invloed van buitenaf die haar oordeel kan beïnvloeden.

1.4.5 Externe partijen

Als SG gebruik maakt van externe partijen om marketingcampagnes op te zetten of om via affiliates spelers te werven, dan vallen dergelijke partijen onder de eindverantwoordelijkheid van de directeur.

Overeenkomsten met dergelijke partijen worden gesloten middels de in het Uitbestedingsbeleid opgenomen procedures, controles hierop worden uitgevoerd door het Compliance Team.

2. Beleid

Smart Gaming wordt toegestaan om nieuwe spelers te werven met reclameactiviteiten om spelers te kanaliseren naar het vergunde kansspel aanbod. Belangrijk hierbij wel is dat alle vormen van gevoerde reclame bijdragen aan de doelstellingen van de Kansspelautoriteit en de wetgever, te weten:

- Het beschermen en informeren van consumenten;
- Het voorkomen van kansspelverslaving;
- Het tegengaan van illegaliteit en criminaliteit.

Als aanbieder van kansspelen op afstand, neemt SG haar maatschappelijke verantwoordelijkheid serieus. met Betnation een merk vertegenwoordigen dat staat voor de organisatie van verantwoorde, betrouwbare en controleerbare kansspelen op afstand zoals bedoeld in artikel 7 lid 1 van het Besluit Reclame & Preventie

2.1 De afstemming op de risicoanalyse

Om te waarborgen dat het spelaanbod veilig is en geen onnodige risico's voor spelers met zich meebrengt, is een analyse uitgevoerd door een externe analist, Mvr. Y. Jansma.

Om Mvr. Y. Jansma de analyse uit te kunnen laten voeren, zorgt Smart Gaming voor onbelemmerde toegang tot alle benodigde informatie. Dit omvat inzicht in hoe spellen functioneren, het reclamebeleid, het verslavingspreventiebeleid en analyses van het speelgedrag van de spelers.

De risicoanalyse is gebaseerd op de wetenschappelijk onderbouwde ASTERIG-methode. ASTERIG is een beoordelingsinstrument om risicofactoren van een kansspel te meten en te evalueren.

De methode biedt een specifieke risico-indicatie voor verschillende categorieën kansspelen, zoals slotmachines, live tafelspelen, sportsbetting of poker. Niet alle kansspelen hebben hetzelfde risicopotentieel.

ASTERIG analyseert tien dimensies van elk kansspel, waarbij sommige dimensies zwaarder wegen dan anderen in de bepaling van de risicofactor. Voor elke parameter worden gewichten toegekend op een schaal van 0 (onbelangrijk) tot 10 (zeer belangrijk).

Het toepassen van deze methode zorgt ervoor dat de beoordeling van verslavingsrisico's grondig en betrouwbaar is. De meest recente risicoanalyse is intern opgeslagen en toegankelijk voor alle relevante medewerkers, vorige versies worden gearchiveerd.

Smart Gaming begrijpt het belang van verantwoord werven en reclame, vooral omdat de meeste kansspelen risicovol zijn. Bepaalde wervings- en reclameactiviteiten worden daarom als onverantwoord beschouwd. Dit omvat reclame met een sterk wervend karakter die spelers aanmoedigt om deel te nemen aan kansspelen die als hoog risico zijn gemarkeerd. Ook is het onverantwoord om nadruk te leggen op bepaalde functies in een spel waaruit is gebleken dat deze een hoog risico potentieel heeft, bijvoorbeeld een hoge jackpot. Advertenties die spelers aansporen om langer door te spelen of die gericht zijn op sociale druk, terwijl bekend is dat de spellen risicovol zijn, worden vermeden.

De bevindingen en uitkomsten van de risicoanalyse worden afgestemd met de uitvoering van het reclamebeleid en de samenhangende wervings- en reclameactiviteiten.

2.2 Het werven van nieuwe spelers

Bij het werven van nieuwe spelers is er in overeenstemming met de toepasselijke wet-en regelgeving extra aandacht besteed aan:

- De afstemming op de in dit beleid beschreven risicoanalyse op het spelaanbod
- Het vermijden van gerichte reclameactiviteiten op Kwetsbare personen



- Het vermijden van misleidende, agressieve of niet-transparante vormen van reclame
- Het vermijden van het aanzetten tot onmatige deelname aan kansspelen op afstand

2.2.1 Kwetsbare personen

In de toepasselijke wet- en regelgeving wordt extra aandacht besteed aan de bescherming van kwetsbare personen met betrekking tot marketing- en reclameactiviteiten, in de detectie van problematisch speelgedrag en bij het toepassen van interventies.

Onder kwetsbare personen worden in ieder geval verstaan:

- Minderjarigen
- Jongvolwassenen (18 tot en met 23 jaar)
- Consumenten met een verstandelijke beperking
- Consumenten die niet meer dan het sociaal minimum als bedoeld in artikel 2 van de Toeslagenwet te besteden hebben.
- Personen die kenmerken vertonen van risicovol speelgedrag
- Personen met een huidige of eerdere gokverslaving

In dit Reclamebeleid van Smart Gaming wordt nader toegelicht hoe zij in onze marketing- en reclameactiviteiten rekening houdt met kwetsbare personen en welke procedures zij heeft geïmplementeerd om te voorkomen dat onze marketing- en reclameactiviteiten zich richten op kwetsbare personen.

Het Verslavingspreventiebeleid zal nader toelichten hoe SG omgaat met kwetsbare personen in de detectie van problematisch speelgedrag en hoe zij haar interventies afstemt op deze groepen personen.

Minderjarigen en jongvolwassenen

Minderjarigen zijn bij wetgeving uitgesloten van iedere vorm van deelname aan kansspelen en mogen dus onder geen beding gewonnen worden als speler. Hoewel jongvolwassenen mogen deelnemen aan kansspelen, gelden en voor de aanbieders van (online) kansspelen beperkingen met betrekking tot de reclame op deze groep spelers gezien hun kwetsbaarheid.

SG dient ervoor te zorgen dat reclames niet aantrekkelijk kunnen zijn voor minderjarigen en jongvolwassenen door in ieder geval geen:

- Gebruik te maken van personen onder de 25 jaar of personen die op een minderjarige lijken.
- Thema's, afbeeldingen, verwijzingen of personages te gebruiken die minderjarigen of jongvolwassenen aanspreken
- Advertenties of andere vormen van reclame te plaatsen in digitale omgevingen die zich richten op minderjarigen of jongvolwassenen
- Producten of merkartikelen te gebruiken waarvan bekend is dat deze in aanzienlijke mate door minderjarigen of jongvolwassenen worden gebruikt

Consumenten met een verstandelijke beperking

Deze groep van personen dient redelijkerwijs vermeden te worden bij alle vormen van reclame, hun beperking zorgt ervoor dat zij geen of minder goede rationele keuzes kunnen maken wat belangrijk is bij het overwegen van deelname aan kansspelen waar risico's aan verbonden zijn.

Het is om die reden verboden dat reclameactiviteiten zich op hun richten, SG zorgt hier in ieder geval voor door:

- Geen advertenties te plaatsen op digitale locaties waarvan bekend is dat deze kwetsbare personen zich bevinden zoals steungroepen en websites die betrekking hebben op geestelijke gezondheidszorg, speciaal onderwijs etc.

Personen die kenmerken vertonen van risicovol speelgedrag

Bij deze groep kwetsbare personen wordt onderscheid gemaakt tussen algemene reclame die wordt gezien door nieuwe en bestaande spelers en directe vormen van marketing op bestaande spelers.

Personen die kenmerken vertonen van risicovol gedrag hebben een verhoogd risico op buitensporige deelname aan de aangeboden kansspelen en dit risico wordt vergroot op het moment dat er reclame op hen gericht wordt.

Bij algemene reclame die wordt gezien door nieuwe en bestaande spelers gelden er in ieder geval de volgende beperkingen:

- Geen advertenties te plaatsen op digitale locaties waarvan bekend is dat personen met risicovol speelgedrag zich in grote mate bevinden zoals websites met betrekking tot verantwoord spelen, waaronder onze eigen Verantwoord Gokkenpagina, een sub-pagina op www.betnation.nl (zie sectie 2.4 van dit beleid), de pagina op onze interface waar de speler hun ingestelde limieten kunnen inzien en wijzigen en pagina's m.b.t. online (zelf)hulpgroepen voor gokverslaving en steungroepen

Voor bestaande spelers en vormen van directe marketing geldt de volgende beperking:

Iedere speler die een interventie krijgt van welke aard dan ook, zoals bedoeld in artikel 18 van het Besluit Reclame & Preventie, zal voor een tijdelijke periode worden uitgesloten van alle vormen van directe marketing. Er is namelijk een mogelijk risico op buitensporige deelname aan de aangeboden kansspelen vastgesteld en gerichte reclame kan dit verergeren. De volgende perioden worden gehanteerd bij beperkingen op marketing:

Type interventie	Uitsluitingsperiode
De speler inzicht geven in zijn speelgedrag en hem specifiek wijzen op het risicovolle speelgedrag dat is gesignaleerd.	30 dagen
De speler aanbevelen een hulpmiddel te gebruiken waarmee hij eenvoudig zelf zijn speelgedrag kan volgen.	30 dagen
De speler via de spelersinterface een bericht sturen om hem bewust te maken van zijn speelgedrag.	30 dagen
De aanmelding van de speler stoppen zonder zijn instemming.	30 dagen
Het toepassen van een stortingsblokkade bij overschrijding van de netto-storting grens* *Niet van toepassing omdat Smart Gaming de netto-stortingsgrens als limiet implementeert en een overschrijding niet plaats kan vinden.	30 dagen
De speler adviseren om zijn deelname te beperken tot een maximum tijd per bezoek of per dag of voor bepaalde tijdsblokken.	60 dagen
De speler adviseren de mogelijkheid te gebruiken om zich voor een bepaalde duur of op specifieke tijdstippen uit te sluiten.	60 dagen
De speler zonder zijn toestemming te beperken in zijn deelname tot een maximum tijd per aanmelding of voor specifieke tijdsblokken.	60 dagen

De speler adviseren om zich voor bepaalde of onbepaalde duur uit te sluiten.	90 dagen
De speler zonder instemming voor bepaalde of onbepaalde duur of tijdstippen uitsluiten.	90 dagen
De speler adviseren om de mogelijkheid te benutten om zichzelf tijdelijk uit te sluiten door zich in te schrijven in het CRUKS register.	12 maanden

In het geval dat een speler meerdere interventies ontvangt, moet elk van de hierboven beschreven termijnen zijn verstreken alvorens de beperking op marketing kan worden opgeheven. Deze beperking heeft ook direct betrekking op deelname aan het loyaliteitsprogramma van Smart Gaming.

Personen met een huidige of eerdere gokverslaving

Ook voor deze groep van kwetsbare personen geldt een duidelijk onderscheid tussen algemene reclame die wordt gezien door nieuwe en bestaande spelers en het detecteren van een huidige of eerdere gokverslaving bij bestaande spelers van SG.

Bij algemene reclame die wordt gezien door nieuwe en bestaande spelers gelden er in ieder geval de volgende beperking:

- Geen advertenties te plaatsen op digitale locaties waarvan bekend is dat personen met risicovol speelgedrag zich in grote mate bevinden zoals online (zelf)hulpgroepen voor gokverslaving en steungroepen, websites met betrekking tot verslavingszorginstellingen etc.

Bij bestaande spelers kan SG op verschillende manieren kennisnemen van de huidige of eerdere gokverslaving van de speler:

- Bij zowel registratie als iedere login op het platform wordt er gekeken of de speler in CRUKS staat als zijnde uitgesloten van deelname aan vergunde kansspelen in Nederland.
- Door middel van transactiemonitoring en interventies met spelers kan buitensporige deelname worden geïdentificeerd.
- In communicatie met de speler kunnen huidige of eerdere gokverslavingen worden benoemd of herkend.
- In de behandeling van Know Your Customer ("KYC")-documenten van de speler kan worden vastgesteld dat de speler een huidige of eerder gokverslaving heeft of heeft gehad, denk hierbij aan behandelbrieven, bankafschriften of bewindvoering.

Als wordt vastgesteld dat een speler een gokverslaving heeft, wordt deze persoon onmiddellijk uitgesloten van deelname aan de door Smart Gaming aangeboden kansspelen. SG maakt dan ook melding bij de Ksa voor een onvrijwillige registratie in CRUKS als de speler dit niet zelf doet of al heeft gedaan.

Bij vaststelling van een eerdere gokverslaving door bijvoorbeeld een oude CRUKS-registratie, worden beperkingen op alle vormen van directe marketing toegepast.

2.2.2 Uitgesloten spelers

Er zijn drie verschillende vormen van uitsluitingen die leiden tot een verbod op gerichte reclame naar de persoon van de speler:

- Spelers die zichzelf van alle vormen van marketingcommunicatie van SG hebben uitgesloten.

SG richt haar vormen van gerichte reclame enkel op spelers die dit nadrukkelijk hebben geaccepteerd.. Zij kunnen op ieder moment zichzelf uitsluiten van alle vormen van marketingcommunicatie; bonussen,

promoties etc. Smart Gaming geeft hier gehoor aan en zal zich dan niet meer tot de speler richten met directe vormen van reclame.

- Spelers die zichzelf hebben uitgesloten van deelname aan de door SG georganiseerde kansspelen

Spelers die zich hebben uitgesloten van deelname aan de door SG georganiseerde kansspelen dienen te worden vermeden in alle vormen van gerichte reclame. Hierbij is het niet van belang wat de reden van uitsluiting is, de uitsluiting zelf sluit de speler ook uit van alle vormen van gerichte reclame.

- Spelers die zichzelf nationaal hebben uitgesloten van deelname middels een registratie in CRUKS.

Spelers die zich hebben uitgesloten van deelname aan alle vergunde kansspelen in Nederland middels een registratie in CRUKS, zijn voor de gehele duur van de registratie en tot 12 maanden na het eindigen van deze registratie uitgesloten van alle vormen van gerichte reclame. Belangrijk hierbij om te vermelden is dat SG alleen kennis kan hebben van een CRUKS registratie als de in het register opgenomen persoon zich probeert te registreren als speler bij SG of probeert in te loggen op zijn speelrekening.

2.2.3 Misleidende, agressieve of niet-transparante vormen van reclame

Zoals omschreven in onder andere artikel 4a van de Wok, dienen de houders van vergunningen op grond van deze wet op zorgvuldige en evenwichtige wijze vorm te geven aan wervings- en reclameactiviteiten waarbij in het bijzonder wordt gewaakt tegen onmatige deelneming. Om hier invulling aan te geven zorgt SG dat bij iedere werving- en reclameactiviteit:

- De minimale leeftijd voor deelname wordt getoond.
- De slogan 'Wat kost gokken jou? Stop op tijd 18+' wordt getoond.
- De internetpagina wordt getoond waar de informatie zoals beschreven in sectie 2.4 van dit beleid kan worden verkregen.

Onder misleidende reclame wordt in ieder geval verstaan iedere reclameactiviteit waarbij:

- De indruk wordt gewekt dat de consument al een prijs heeft gewonnen of zal winnen; of
- De indruk wordt gewekt dat de consument door het verrichten van een bepaalde handeling een prijs zal winnen of een ander soortgelijk voordeel zal behalen terwijl daarop slechts een kans bestaat.
- Een onrealistisch of incorrect beeld van een product of dienst wordt gegeven;
- Voorwaarden worden verbonden aan de (eenmalige) gratis deelneming aan een kansspel welke voorwaarden het gratis karakter van de deelname tenietdoen;
- Geen duidelijkheid wordt geboden over de duur van de deelneming aan een kansspel of dat de gratis deelneming aan een kansspel zonder toestemming van de consument automatisch overgaat in betaalde deelneming;
- De indruk wordt gewekt dat de consument in het algemeen overwegende invloed kan uitoefenen op de uitkomsten van een door een vergunninghouder aangeboden kansspel;
- De indruk wordt gewekt dat de consument in het algemeen overwegende invloed heeft op zijn spelresultaat door het volgen van een training, studie, of (online) cursus;
- De indruk wordt gewekt dat de Ksa de wervings- en reclameactiviteiten, de kansspelen of de vergunninghouder heeft goedgekeurd, anders dan de neutrale vermelding dat een vergunninghouder beschikt over een vergunning op grond van de Wok; of
- De indruk wordt gewekt dat de vergunninghouder beschikt over een Europese vergunning of onder Europees toezicht valt.

Ook agressieve vormen van reclame zijn verboden, mede omdat dit het risico op buitensporige deelname aan kansspelen vergroot. Daaronder wordt in ieder geval verstaan iedere reclameactiviteit waarbij:

- Consumenten worden overgehaald tot het nemen van impulsieve beslissingen om deel te nemen aan kansspelen door middel van aanbiedingen, kortingsacties of bonussen die de kennelijke bedoeling hebben een sterk gevoel van urgentie bij de consument te creëren;
- Onmatige deelneming tot voorbeeld wordt gesteld.
- Kansspelen worden aangeprezen als oplossing voor financiële of persoonlijke problemen;
- Gokken als leefstijl wordt gepromoot; of
- De gevolgen van onmatige deelneming worden gebagatelliseerd.

Het gebruik van termen als "happy hour" en "alleen vandaag" zijn dus bij definitie verboden omdat dit de speler ertoe aanzet zich met urgentie in te schrijven en/of deel te nemen aan de kansspelen. Ook vormen van reclame waarbij het humeur of de mentale gesteldheid van de speler lijkt te worden verbeterd door deelname aan de kansspelen zijn op deze gronden verboden.

Andere vormen van reclame of werving die verboden zijn in overeenstemming met de toepasselijke wet-en regelgeving omvatten:

- Er mag geen andere dienst worden geadverteerd op de kansspelinterface anders dan de door ons aangeboden kansspelen.
- De wervings- en reclameactiviteiten van Smart Gaming mogen zich niet uitstrekken tot branchevreemde nevenactiviteiten. Dit betekent dat het niet is toegestaan deelname aan kansspelen als voorwaarde te stellen voor het deelnemen aan of afnemen van andere activiteiten of producten, bijvoorbeeld door deelname aan een kansspel als voorwaarde te stellen voor het afsluiten van een voordelig tijdschriftenabonnement of een voordelige ziektekostenverzekering.
- Het is niet toegestaan om bij de wervings- en reclameactiviteiten aan te geven, dan wel de suggestie te wekken dat deelnemers of prijswinnaars verplicht zijn medewerking te verlenen aan enige vorm van werving of reclame door Smart Gaming.
- Er mag geen reclame worden gemaakt tijdens live wedstrijden over weddenschappen die betrekking hebben op die wedstrijd, met uitzondering op de kansspelinterface van Smart Gaming zelf.

In alle bovenstaande beperkingen liggen onderliggende doelstellingen om kansspelverslaving, witwassen en andere vormen van criminaliteit te voorkomen en consumenten te beschermen en duidelijk te informeren. Het is van belang dat alle wervings- en reclameactiviteiten zorgvuldig zijn en op transparante wijze worden gevoerd, zodat geïnformeerde keuzes over eventuele deelname kunnen worden gemaakt door personen die daartoe in staat zijn.

2.3 Het gebruik van verschillende kanalen

Alle beperkingen en verboden die zijn genoemd in de vorige secties hebben betrekking op alle vormen van werving en reclame en dus op alle hiervoor gebruikte kanalen. De Ksa definieert reclame als *"iedere vorm van communicatie waarmee een vergunninghouder, al dan niet met behulp van derden, direct of indirect zijn product, dienst of bedrijf aanprijst"*.

Onder iedere vorm van communicatie wordt verstaan:

- Communicatie die dient ter directe of indirecte openbare of systematische aanprijzing van een kansspel of communicatie die (mede) bedoeld is om consumenten eenmalig of voor een langere periode aan een kansspelaanbieder te binden, bijvoorbeeld door het afsluiten van een abonnement of het openen van een spelersrekening;
- Communicatie die dient om het publiek gunstig te stemmen ten aanzien van een bedrijfstak, een bepaald bedrijf of een bepaalde instelling (bijvoorbeeld een begunstigde van een loterij opbrengst)

als redelijkerwijs kan worden aangenomen dat daarmee wordt beoogd of mede wordt beoogd om – direct of indirect – producten of diensten kenbaar te maken bij het publiek;

- Het op andere wijze vermelden of tonen van namen, (beeld)merken, producten, diensten of activiteiten van personen, bedrijven of instellingen, als redelijkerwijs kan worden aangenomen dat daarmee (mede) wordt beoogd reclame te maken. Dat oogmerk is in elk geval aanwezig als de vertoning of vermelding tegen betaling of andere vergoeding geschiedt.

Smart Gaming maakt gebruik van verscheidene kanalen voor haar reclameactiviteiten zoals affiliates, het internet en sociale media zoals Instagram en LinkedIn. Hiervoor gelden de volgende vereisten:

- Er wordt gebruikgemaakt van kanalen waarvan ten minste 95% van de bereikte personen 24 jaar of ouder is (de 95%-regel). Dit wordt aangetoond met gebruik van Google Analytics.
- Demografische gegevens worden regelmatig gecontroleerd en maatregelen worden getroffen bij het niet behalen van de 95%-regel.
- Personen hebben de mogelijkheid om aan te geven dat zij niet benaderd willen worden door wervings- en reclameactiviteiten.
- Op alle kanalen is een *age wall of age filter* van toepassing.
- Er wordt geen gebruik gemaakt van domeinen of kanalen die gericht zijn op of waarvan het publiek voornamelijk bestaat uit kwetsbare groepen, bijvoorbeeld websites die voornamelijk worden bezocht door minderjarigen en jongvolwassenen of websites over gokverslaving.
- Er wordt gebruikgemaakt van segmentatie bij wervings- en reclameactiviteiten voor bestaande spelers, waarbij kwetsbare groepen zoals personen die zich hebben uitgesloten van kansspelen, zijn uitgesloten.
- Er worden geen boodschappen, producten of ontwerpen gebruikt die aantrekkelijk zouden kunnen zijn voor kwetsbare groepen.
- Er wordt uitsluitend reclame gemaakt voor spellen waarvoor Smart Gaming een vergunning heeft.
- Reclame tijdens sportwedstrijden, over die betreffende wedstrijden, wordt uitsluitend aangeboden op de website van Smart Gaming.
- Promoties en overige wervings- en reclameactiviteiten worden niet getoond of geuit op de verantwoord gokken pagina;
- In algemene e-mail communicatie over verantwoord gokken;
- In communicatie over het speelgedrag van de speler, zoals bij interventie, tijdens de registratie en in het spelersprofiel.
- Smart Gaming werkt samen met affiliates die het Keurmerk Verantwoorde Affiliates hebben ontvangen, tenzij er een geldende reden is om hier vanaf te wijken.

Waar van toepassing, zijn de eisen vastgelegd in de voorwaarden en contracten met onze partners.

Smart Gaming maakt geen gebruik van de onderstaande kanalen:

- TV en radio.
- Kranten en tijdschriften.
- Reclame op openbare plaatsen, bijvoorbeeld billboards.
- Voor het publiek toegankelijke gebouwen, bijvoorbeeld cafés.
- Promotionele kansspelen.

2.4 Het informeren van nieuwe spelers

Ook na de werving van nieuwe spelers is het belangrijk dat Smart Gaming zorgt dat alle spelers altijd toegang hebben tot de volgende informatie op de kansspelinterface:

- Zijn vergunning, zijn geografische adres, zijn contactgegevens en de contactgegevens van de klantenservice;
- Zijn beleid ter voorkoming van kansspel-gerelateerde criminaliteit;
- De gehanteerde algemene voorwaarden;
- De georganiseerde kansspelen, waaronder de spelregels, de winkansen, de wijze van kansbepaling en, voor zover mogelijk, het uitbetalingspercentage;
- De totale kosten van deelname aan het kansspel
- Eventuele specifieke kosten voor het gebruik van de techniek van het kansspel op afstand, en
- De klachtenregeling

Daarnaast dient iedere persoon die zich aan wil melden als speler bij Smart Gaming op begrijpelijke wijze informatie te krijgen over onder andere de risico's van deelname aan kansspelen en ons beleid omtrent verslavingspreventie. Daarom heeft onze VPV samen met het Centrum voor Verantwoord Gokken ("CvVS") onze pagina 'Verantwoord Gokken, een subpagina op www.betnation.nl die zich specifiek richt op deze informatievoorziening, ontworpen en voorzien van:

- De categorieën personen aan wie geen kansspelen mogen worden aangeboden;
- De specifieke kenmerken van de georganiseerde kansspelen;
- De aan deelname door georganiseerde kansspelen verbonden risico's van kansspelverslaving;
- Verantwoord speelgedrag;
- Het door Smart Gaming gevoerde verslavingspreventiebeleid;
- De registratie en analyse van het speelgedrag en het gevoerde beleid met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de privacy van spelers;
- De websites van een of meer online werkzame instellingen voor verslavingszorg, van een of meer online werkzame instellingen voor anonieme hulp bij kansspelverslaving, van een of meer fysiek in Nederland werkzame instellingen voor verslavingszorg en van een of meer fysiek in Nederland;
- werkzame instellingen voor anonieme hulp bij kansspelverslaving;
- Een voorziening waarmee de speler op eenvoudige wijze inzicht in zijn speelgedrag kan verkrijgen;
- Een voorziening waarmee de speler zich kan uitsluiten van deelname aan de door die ons georganiseerde kansspelen;
- De mogelijkheden voor de speler om zich door inschrijving in CRUKS uit te sluiten van deelname aan kansspelen, georganiseerd in speelautomatenhallen, in speelcasino's en op afstand;
- Informatie, advies en hulp voor naasten van spelers over kansspelverslaving;
- De website van de Ksa;
- Het keurmerk van de Kansspelautoriteit zoals verstrekt aan vergunninghouders.

Het is belangrijk dat deze informatie duidelijk, passend en begrijpelijk is voor iedereen. Deze pagina kan bereikt worden zonder dat daar een registratie voor nodig is en is via iedere pagina op www.betnation.nl eenvoudig te bereiken.

Er geldt een algeheel verbod op iedere vorm van reclame op deze subpagina van de kansspelinterface, het is van belang dat personen die deze subpagina bezoeken de informatie die hier te vinden is in alle rust tot zich kunnen nemen en hier niet verleid worden tot (verdere) deelname aan kansspelen. Ook de pagina waar de spelerslimieten kunnen worden gewijzigd of geraadpleegd mogen ook geen reclame-uitingen bevatten.



Verder informeren wij de bestaande spelers gedurende hun hele spelersbestaan bij Smart Gaming over verantwoord gokgedrag en delen actief tips om hun gedrag recreatief te houden.

Op het moment dat SG problematisch speelgedrag identificeert worden er interventies gepleegd zoals beschreven in het Verslavingspreventiebeleid.

2.5 Het gebruik van bonussen

Het gebruik van bonussen mag niet zijn toegespitst op het individuele speelgedrag van de speler en iedere speler wordt op duidelijke wijze geïnformeerd over de voorwaarden voor deelname aan iedere bonus of promotie. Er wordt bij het aanbieden van een bonus van welke aard dan ook altijd aangegeven of er sprake is van eenmalige deelneming dan wel doorlopende deelneming tot wederopzegging. Verder geldt:

- Spelers kunnen alleen deelnemen als zij expliciet de voorwaarden hebben geaccepteerd.
- De bonus wordt niet aangeboden tijdens de deelname aan een kansspel.
- Als een bonus kan worden geclaimd, moet deze wekelijks door de spelers worden geaccepteerd, waarbij bonusvoorwaarden moeten worden goedgekeurd.
- Spelers kunnen zich altijd uitschrijven van deelname aan bonussen zonder opgave van reden.
- Spelers die beperkt zijn op alle vormen van gerichte reclame vanwege een gepleegde interventie zoals bedoeld in artikel 18 van het Besluit Reclame & Preventie zijn voor een periode uitgesloten van deelname hieraan

2.6 Prijzen in natura

Smart Gaming zorgt ervoor dat alle promoties, acties en aanbiedingen specifiek zijn afgestemd op wat Smart Gaming te bieden heeft. Er wordt geen reclame of verwijzing gemaakt voor of naar producten of diensten van andere bedrijven. Reclame-uitingen benadrukken dat alle aangeboden diensten en producten afkomstig zijn van Smart Gaming.

Wanneer Smart Gaming prijzen weggeeft, zorgt zij ervoor dat daarbij geen externe merken worden aangeprezen, zowel visueel als contextueel. In de promotie wordt enkel het product beschreven met daarbij de waarde. Een vermelding van het merk zal te vinden zijn in de bijbehorende promotievoorwaarden.

Smart Gaming overweegt gebaseerd op de doelgroep van de producten welke prijzen zij kunnen weggeven. Smart Gaming geeft geen prijzen weg waarvan redelijkerwijs kan worden gesteld dat de doelgroep voornamelijk bestaat uit kwetsbare personen.

2.7 Sponsoring

Smart Gaming sponsort het voetbalteam Go Ahead Eagles en voert daaraan gerelateerde reclameactiviteiten uit. Deze activiteiten omvatten onder andere de neutrale vermelding van het logo van Smart Gaming op de sportkleding van het team. Daarnaast wordt er in het stadion op neutrale wijze melding gemaakt van het feit dat Smart Gaming sponsor is. Smart Gaming gebruikt geen beelden van het gesponsorde team in haar wervings- en reclameactiviteiten. Daarnaast maakt en verkoopt Smart Gaming geen kindermaten van de teamsportkleding. Deze sponsoring is van kracht tot en met 30 juni 2025.

3. Kwaliteitsmanagement

3.1 Intern Toezicht

Het interne toezicht bij Smart Gaming is ontworpen om de naleving van het reclamebeleid en de effectiviteit van de implementatie te monitoren, evalueren en rapporteren. Er zijn systemen en processen opgezet om te waarborgen dat zowel het reclamebeleid als de relevante wet- en regelgeving worden nageleefd.

De Marketing Manager is verantwoordelijk voor het toezicht op de uitvoering en naleving van het marketingbeleid en zorgt ervoor dat alle procedures worden nageleefd en dat deze worden aangepast waar nodig is.

Het Compliance Team houdt toezicht op de naleving van alle relevante wet- en regelgeving binnen de organisatie. Deze functionaris voert periodieke controles en audits uit om te verzekeren dat zowel de wetgeving als interne beleidslijnen worden nageleefd. Het Compliance Team rapporteert over bevindingen en aanbevelingen met betrekking tot naleving en verbeterpunten. Indien nodig, worden corrigerende maatregelen getroffen en worden updates van het beleid en procedures doorgevoerd.

Beide werken nauw samen om te garanderen dat het marketingbeleid effectief wordt uitgevoerd. Dit uit zich in periodieke meetings waarin aandachtspunten worden aangekaart en waarbij Compliance adviseert over de vervolgstappen.

3.2 Herziening van het beleid

Dit beleid wordt jaarlijks herzien en bijgewerkt indien nodig. Herzieningen kunnen plaatsvinden op basis van de volgende criteria:

- Wijzigingen of toevoegingen aan de bestaande procedures.
- Veranderingen of aanvullingen in de toepasselijke wet- en regelgeving.
- Nieuwe (wetenschappelijke) inzichten die relevant zijn voor het beleid, waaronder wijzigingen aan de risicoanalyse.
- Periodieke evaluaties waaruit blijkt dat aanpassingen noodzakelijk zijn.

3.3 Documentatieverplichtingen

Smart Gaming bewaart de gegevens van elke speler gedurende een periode van vijf tot zeven jaar, afhankelijk van de geldende wetgeving. Deze bewaartermijn begint vanaf het laatste bezoek van de speler, of vanaf het moment van beëindiging van de inschrijving van de speler.

De registratie van gegevens gebeurt digitaal in een veilige en gestructureerde omgeving. Beveiligingsmaatregelen zijn ingesteld om de gegevens te beschermen tegen ongeautoriseerde toegang, verlies, of beschadiging. Dit omvat digitale beveiligingsprotocollen en periodieke controles om de integriteit en vertrouwelijkheid van de gegevens te waarborgen.

Toegang tot de geregistreerde gegevens is beperkt tot geautoriseerd personeel dat deze informatie nodig heeft voor hun werkzaamheden.

3.4 Rapporteren aan de Kansspelautoriteit

Elk kwartaal rapporteert Smart Gaming middels het door de Ksa opgestelde rapportageformaat over:

- Reclame-uitgaven in euros besteed aan Social media, Display ads, Search Engine Advertising (SEA) en Overig
- Aantal promotionele kansspelen georganiseerd
- Aantal deelnamebewijzen aan promotionele kansspelen
- Het aantal verstrekte bonussen
- Waarde verstrekte bonussen in euro
- Aantal verzilverde bonussen
- Waarde verzilverde bonussen in euro
- Ontvangen inzetten in euro
- Brutospelresultaat in euro

Ieder jaar, uiterlijk binnen 42 dagen na 31 december, rapporteert Smart Gaming middels het door de Ksa opgestelde rapportageformaat over:

- Aantal affiliates
- Uitgaven in euro aan affiliates
- Gebruikte maatregelen om te voorkomen dat uw reclame kwetsbaren personen bereikt, aangepast: ja of nee?
- Toelichting indien bovenstaande gebruikte maatregelen zijn aangepast
- Gebruikte technieken om aan te tonen dat het bereik uit maximaal 5% jongvolwassenen bestaat, aangepast: ja of nee?
- Toelichting indien de bovenstaande gebruikte technieken heeft aangepast
- Aantal bereikte e-mailadressen
- Aantal deelnemers aan loyaliteits- en spaarprogramma's
- Wijziging marketingbeleid: ja of nee

Mocht de Ksa om meer informatie verzoeken of vragen deze informatie vaker te rapporteren, dan zal Smart Gaming hier uiteraard aan meewerken en deze verstrekken.