

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 112

van **TINE VAN DEN BRANDE**

datum: 16 maart 2022

aan **BENJAMIN DALLE**

VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD EN MEDIA

VRT - Afbouw gokreclame

Gokken is in België een gigantisch winstgevende sector geworden. De Nationale Loterij kende een recordjaar in 2021 met een totale omzet van 1,53 miljard euro. Casino's, speelautomatenhallen en wedkantoren zien hun winsten stijgen. Sportweddenschappen worden alsmaar populairder. Zelfs de Nationale Loterij zet met Scoore.be in op deze laagdrempelige weddenschapsvorm.

Naast die winsten blijft, helaas, het aantal gokverslaafden ook stijgen. Volgens cijfers van Sciensano van 2019 (op basis van een enquête van 2018) gokt een derde van de Vlamingen! Daaruit blijkt eveneens dat online spelers meer uitgeven aan gokken en daarenboven een hoger risico lopen op een gokverslaving.

Reclame voor gokken doet gokken. "Het normaliseren van gokken zet aan tot gokken" zegt Katleen Peleman van de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugproblemen (VAD). Personen die al verslaafd zijn en frequent geconfronteerd worden met gokreclame, o.a. online en via pushberichten, raken meer en meer verslaafd.

In oktober 2021 kondigde de VRT aan dat gokreclame op de VRT-kanalen tot een minimum wordt beperkt. Vanaf januari 2022 wordt er drastisch afgebouwd en tegen 2025 zou er bijna geen reclame meer te zien mogen zijn. Er zal ook extra ingezet worden op sensibilisering over gokken. Een logische beslissing gezien de maatschappelijke opdracht en de voorbeeldfunctie van de openbare omroep.

1. Op welke VRT-kanalen / -websites worden momenteel gokreclames getoond?
2. Hoeveel (unieke) bezoekers per dag heeft elk kanaal / website? Hoeveel van die bezoekers zien een gokreclame?
3. Is er duidelijkheid over het profiel van deze bezoekers (leeftijd, gender, andere kenmerken,...)?
4. Wat is de verdeling (procentueel) tussen gokreclames en andere reclames op deze kanalen?
5. Zet de VRT ook pushberichten in?
6. Tegen 2025 "zou er bijna geen reclame meer te zien mogen zijn".
Wat wil dit zeggen in cijfers / procenten afgezet tegen andere reclame?
7. Welke acties / instrumenten zal de VRT ontwikkelen om meer in te zetten op sensibilisering?

- a) Algemeen / voor het grote publiek.
- b) Bij jongeren.

ANTWOORD

op vraag nr. 112 van 16 maart 2022

van **TINE VAN DEN BRANDE**

1. Commerciële communicatie voor gokbedrijven is te vinden bij de websites/apps van Radio, 1, Radio 2, MNM, Studio Brussel, Sporza en *Dagelijkse kost*.

Op de VRT-kanalen is er enkel nog rond het programma Extra Time op Canvas een billboard te zien is van een gokbedrijf. Dit heeft te maken met contractuele afspraken rond de uitzendrechten van het Belgisch voetbal.

2. Het gemiddeld aantal dagelijkse browsers van de websites/apps in 2021 (bron: Adobe Analytics):
 - Radio1.be (en app) : 60.550
 - Radio2.be (en app) : 102.043
 - MNM.be (en app) : 37.711
 - StudioBrussel.be (en app) : 41.009
 - Sporza.be (en app) : 590.668
 - Dagelijksekost.be (en app) : 87.230

Specifieke cijfers hoeveel van deze surfers de commerciële boodschappen zagen, is niet beschikbaar.

Dagelijkse kijkcijfers van het programma Extra Time variëren dusdanig, dat VRT niet beschikt over een representatief dagelijks cijfer van het aantal personen dat de sponsorboodschap van de gokbedrijven te zien krijgt.

3. De VRT werkt en rapporteert op basis van een beheersovereenkomst. VRT communiceert o.a. via het jaarverslag. Maar gedetailleerde informatie over de gebruikersprofielen van de VRT-websites wordt hierin niet opgenomen.
4. Het is voor de VRT onmogelijk om de verdeling (procentueel) tussen gokreclames en andere reclames op deze kanalen mee te geven. Een adverteerder "koopt" een aantal impressies (hoeveel keer een advertentie gezien kan worden) en dat varieert over de tijd en websites.
5. Pushberichten worden niet gebruikt.
6. De VRT zal gedurende de looptijd van deze beheersovereenkomst (2021-2025) een concreet, uitgewerkt afbouwplan inzake reclame voor kansspelbedrijven volgen.
 - Voor televisie bouwt de VRT in 2022 en 2023 de inkomsten uit reclame voor kansspelen quasi volledig af. Gokreclame is bovendien sinds 2022 ook niet meer toegelaten op Eén & Canvas (met uitzondering van wat werd toegelicht onder punt 1), VRT NU en VRT-radio/audio.
 - M.b.t. online reclame, voorziet de VRT een jaarlijkse afbouw van volume met 20%.
7. Nadat de VRT in het najaar van 2021 zijn vernieuwd gokbeleid had geformuleerd, werd bij de vernieuwing van het Programmacharter (het deontologische kader voor niet-nieuwswaardigheidsprogramma's van de VRT) het volgende opgenomen:
"We beelden gokgedrag op een maatschappelijk verantwoorde en genuanceerde manier af, altijd met oog voor de mogelijke impact, nooit gratis."

We weren iedere redactionele samenwerking en sluiten geen overeenkomsten voor productplaatsing met de kansspelsector.

De netten, stemmen en gezichten promoten geen kansspelen op sociale media, in reclame, op evenementen en dergelijke. Interne en externe stemmen en gezichten die veelvuldig of exclusief voor de VRT werken, dienen zich aan deze richtlijn te houden. Voor externen die exclusief aan VRT verbonden zijn, is contractueel bepaald dat zij toestemming moeten vragen voor promotionele activiteiten. Voor kansspelen wordt dat niet toegestaan. Externen die slechts sporadisch voor de VRT opdrachten uitvoeren (bv. voetbalanalisten), moeten ook toestemming vragen. De VRT treedt hier sterk ontradend op."

De VRT had de voorbije maanden geregeld aandacht voor de risico van gokverslaving. Enkele voorbeelden:

- In *Taboe* (Eén) ging een aflevering over personen met een verslaving. Een van de deelnemers was gokverslaafd en getuigde over zijn ervaringen.
- In een aflevering van *Taxi Joris* (Eén) sprak de presentator met een ex-gokverslaafde over zijn ervaringen.
- De moeder van een van de deelnemers van *De Kemping* (Eén) heeft een gokverslaving gehad. Doorheen de reeks werd daar af en toe naar gerefereerd.
- Een aflevering (en podcast) van *#weetikveel* (Radio 1) ging over verslavingen (waaronder gokverslaving).
- Een uitzending van *De wereld van Sofie* (Radio 1) werd gewijd aan weddenschappen, de achtergrond en de historiek daarvan.
- *Radio 2 Antwerpen* wees op gevaren rond gokken naar aanleiding van een wedstrijd van De Rode Duivels op het EK Voetbal. In datzelfde kader had ook *Spits* nadien aandacht voor de gokgekte op het EK en de gevaren daarvan.
- *De wereld vandaag* (Radio 1) gaf duiding met experts naar aanleiding van de verkoop door Bpost van Ubiway Retail aan gokbedrijf Golden Palace.

De VRT wil nagaan hoe zij dit najaar aandacht kan besteden aan een themaweek van VAD (o.a. over gokken). Zij zal ook nagaan of het mogelijk is trainingssessies te bieden aan programmamakers over het omgaan met gokken in het aanbod.

Algemeen zal de VRT redactioneel haar inspanningen aanhouden om gokken geen plaats te geven in haar aanbod. Zij wil daarentegen wel aandacht geven aan de zware gevolgen die verbonden zijn aan gokken en gokverslavingen. De VRT stelt zich dan ook open voor samenwerkingen (o.a. met VAD) rond acties i.v.m. gokverslavingen.