

This is an unofficial non-binding translation of the Netherlands' Gambling Authority Kansspelautoriteit's (KSA) 'Additional advertising requirements' in the context of the opening of the online gambling market on October 1st, 2021. The original provisions can be found via the link below and are also shown in the left hand column:

<https://kansspelautoriteit.nl/zakelijke-aanbieders/beperken-reclame/aanvullende-eisen-reclame/>

Aanvullende eisen reclame

Sinds 1 april 2021 gelden er aanvullende eisen voor kansspelreclame naast de regels die al gelden op grond van de Wet op de kansspelen. Bent u aanbieder van een of meerdere kansspelen? Bekijk dan welke eisen op uw reclameactiviteiten van toepassing zijn.

*Let op: heeft u **geen** vergunning van de Kansspelautoriteit voor het aanbieden van een kansspel in Nederland? Dan mag u in het geheel geen reclame maken. Dit geldt ook als u een vergunning voor het aanbieden van online kansspelen hebt aangevraagd. Reclame mag pas worden gemaakt als de vergunning is verleend. Reclame is een breed begrip: wervende uitspraken in een interview vallen hier ook onder, net als het genereren van naamsbekendheid.*

Voor alle aanbieders geldt:

Maakt u reclame voor een kansspel? Dan moet u zich aan de reclameregels houden zoals die beschreven staan in de Wet op de kansspelen. Vanaf 1 april 2021 zijn deze regels aangevuld met de volgende eisen:

- U maakt geen gebruik van **persoonsgegevens** die u heeft verwerkt in het kader van deelname van deze personen aan een ander kansspel, zoals bedoeld in de Wet op de kansspelen.
- U maakt in uw reclame geen gebruik van actieve **beroepssporters of teams van beroepssporters**. Een uitzondering hierop vormt sponsoring. U mag wel (teams van) beroepssporters sponsoren.
- U maakt in uw reclame geen gebruik van **rolmodellen** als deze:
 - Jonger zijn dan 25 jaar

Additional advertising requirements

From 1 April 2021, additional requirements for games of chance advertising apply as well as the rules that already pertain under the Gambling Act. Are you a provider of one or more games of chance? Then see which requirements apply to your advertising activities.

*Please note: if you do **not** have a license from the Gambling Authority for offering a game of chance in the Netherlands, then you are not allowed to advertise at all. This is also the case if you have applied for a license to offer online games of chance. Advertising may only be made once the license has been granted. Advertising is a broad concept: promotional statements in an interview also fall under this description, as does generating brand awareness.*

The following applies to all providers:

Are you promoting a game of chance? Then you must comply with the advertising rules set out in the Gambling Act. From 1 April 2021, these rules have been supplemented with the following requirements:

- You may not use **personal data** that you have processed in the context of the participation of these persons in another game of chance, as referenced in the Gambling Act.
- You may not use active **professional athletes or teams of professional athletes** in your advertising. An exception to this is sponsorship. You may sponsor (teams of) professional athletes.
- You may not use **role models** such as these in your advertising:
 - Those under 25 years old

- Een substantieel bereik hebben onder minderjarigen of jongvolwassenen

Let op: voor elk rolmodel waarmee u een samenwerking aangaat geldt dat u moet onderzoeken onder welke doelgroep hij of zij bereik heeft en hoe groot dat bereik is, voordat u met hem of haar in zee gaat. Hierbij betreft u in ieder geval gegevens over de leeftijd van het publiek dat het rolmodel aantrekt.

Lees meer over onze [toelichting bij de norm geen rolmodellen te gebruiken met 'substantieel bereik' onder minderjarigen of jongvolwassenen](#).

- U zendt **geen reclame** uit voor kansspelen **tussen 6.00 en 19.00 uur op tv**.

Deze tijdvensters voor kansspelreclame gelden per 1 november 2020 op grond van de Mediawet 2008.

Let op: voor bepaald kansspelaanbod geldt een ander tijdvenster.

- U mag **geen reclame maken in games** of op websites of applicaties waar games worden aangeboden.

Heeft u 1 van onderstaande vergunningen?

- **vergunning kansspelen op afstand**
- **vergunning speelcasino**
- **aanwezigheidsvergunning kansspelautomaten speelautomatenhal**

Dan geldt ook:

- U stemt uw reclame- en wervingsbeleid af op
 - De uitkomsten van de verplichte risicoanalyse en
 - Het door u gevoerde verslavingspreventiebeleid
- U richt uw reclame niet op:
 - Personen in de leeftijdscategorie tussen 18 en 24 jaar
 - Personen die zich hebben uitgesloten van deelname aan het door u georganiseerde kansspel

- Those who have a substantial reach among minors or young adults

Please note: for each role model you partner with, you must research which target group he or she reaches and to what extent, before you do business with him or her. In any event, you must include data about the age of the audience that the role model attracts.

Read more about our [explanation of the standard not to use role models with 'substantial outreach' among minors or young adults](#).

- You **do not** advertise games of chance **on TV between 6:00 am and 7:00 pm**.

These time windows for games of chance advertising apply from 1 November 2020 under the terms of the Media Act 2008.

Please note: a different time window applies for certain games of chance.

- You may **not advertise in games** or on websites or applications where games are offered.

Do you have 1 of the licenses below?

- **remote gambling license**
- **gaming casino license**
- **presence license for gaming and slot machine arcade**

Then the following also applies:

- Your advertising and recruitment policies must reflect:
 - The results of the mandatory risk analysis and
 - Your addiction prevention policy
- You may not target your advertising to:
 - Persons in the age category between 18 and 24 years
 - Persons who have excluded themselves from participation in the game of chance you organise

- U combineert reclame niet met **uitingen over verslavingspreventie**, bijvoorbeeld als u een speler informeert over de grenzen van het speelgedrag. Ook mag u geen reclame richten op personen die gebruik maken van bepaalde **voorzieningen in het kader van verslavingspreventie of –zorg**.
- U moet spelers duidelijk en volledig informeren over **bonussen**, die een vorm van reclame zijn. Dit betekent dat:
 - U spelers moet voorlichten over de voorwaarden die gelden bij een bonus.
 - U de bonus alleen mag verstrekken als de speler die uitdrukkelijk heeft aanvaard.
 - U geen bonus mag aanbieden tijdens deelname aan het spel.
 - U geen bonus mag aanbieden in de periode nadat een interventie in het kader van verslavingspreventie heeft plaatsgevonden. Hoe lang die periode is, is afhankelijk van het type interventie.
 - U het moment waarop u een bonus aanbiedt of de aard van de bonus niet mag afstemmen op het speelgedrag van de speler. U mag bijvoorbeeld geen bonus aanbieden om een speler ertoe aan te zetten langer door te spelen.
 - Als een speler aangeeft geen bonus te willen ontvangen, respecteert u die wens.

Lees meer over onze [toelichting bij de norm uw reclame niet te richten op kwetsbare groepen](#).

Heeft u 1 van onderstaande vergunningen?

- vergunning kansspelen op afstand
- vergunning sportweddenschappen

Dan geldt ook:

- U mag **geen reclame** maken **tijdens sportwedstrijden, paardenrennen of harddraverijen**, anders dan op de door u geëxploiteerde kansspelinterface, als die reclame gericht is op de toeschouwers van of kijkers naar deze activiteiten.

- You may not combine advertising with **statements about addiction prevention**, for example if you inform a player about the limits of gambling **behaviour**. It is also not permitted to direct advertising to persons who use certain **facilities in the context of addiction prevention or care**.
- You must clearly and fully inform players about **bonuses**, which are a form of advertising. This means that:
 - You must inform players about the conditions that apply to a bonus.
 - You may only provide the bonus if the player has expressly accepted it.
 - You may not offer a bonus during the game.
 - You may not offer a bonus in the period after an addiction prevention intervention has taken place. The length of that period depends on the type of intervention.
 - You may not tailor the moment at which you offer a bonus or the nature of the bonus to the player's playing behaviour. For example, you may not offer a bonus to encourage a player to play for longer.
 - If a player indicates that they do not wish to receive a bonus, you must respect that.

Read more about our [explanation of the standard not to target your advertising to vulnerable groups](#).

Do you have 1 of the permits below?

- remote gambling license
- sports betting license

Then the following also applies:

- You may **not advertise** during **sporting events and horse racing and harness racing**, other than on the gambling interface you operate, if such advertising is aimed at the spectators or viewers of those activities.

Heeft u 1 van onderstaande vergunningen?

- vergunning kansspelen op afstand
- vergunning sportweddenschappen
- vergunning instantloterij
- vergunning speelcasino
- aanwezigheidsvergunning kansspelautomaten speelautomatenhal

Dan geldt ook:

- U zendt **geen reclame** uit **tussen 6:00 en 21:00 uur op radio en tv**.

Deze tijdvensters voor kansspelreclame gelden per 1 november 2020 op grond van de Mediawet 2008.

Heeft u een vergunning kansspelen op afstand?

Dan geldt ook:

- U staat op uw website ofwel 'kansspelinterface' **geen reclame toe voor andere goederen of diensten** dan de kansspelen waarvoor u een vergunning van de Kansspelautoriteit heeft.
- De informatie die de speler ontvangt over de **grenzen** van zijn **speelgedrag** mag **geen reclame** bevatten. Ook de ruimte van de spelersinterface waar de speler de grenzen van zijn speelgedrag kan aangeven of wijzigen mag geen reclame bevatten.

Rapporteer over meer onderwerpen

Aan de al bestaande periodieke rapportageverplichting over reclame en werving aan de Kansspelautoriteit zijn een aantal onderwerpen toegevoegd.

U rapporteert straks ook over:

- Het totaalbedrag aan bonussen dat u heeft uitgekeerd.
- De wijze waarop u de werving en reclame heeft afgestemd op de uitkomsten van de risicoanalyses per type kansspel, voorzover van toepassing, zie ook [voorkomen verslaving](#).

Do you have 1 of the permits below?

- remote gambling license
- sports betting license
- instant lottery license
- gaming casino license
- presence license for gaming and slot machine arcade

Then the following also applies:

- You may not advertise **between 6:00 and 21:00 on radio & television**.

These time windows for games of chance advertising apply from 1 November 2020 under the terms of the Media Act 2008.

Do you have a remote gambling license?

Then the following also applies:

- On your website or 'gambling interface' you may **not advertise goods or services** other than gambling for which you hold a license from the Gambling Authority.
- The information that the player receives about the **limits** of his playing **behavior** may **not** include **any advertising**. The space on the player interface where the player can state or amend playing behavior limits may also not contain any advertising.

Report on further topics

A number of subjects have been added to the existing periodic reporting obligation on advertising and recruitment to the Gambling Authority.

You will soon also be required to report on:

- The total sum of money paid out in bonuses.
- The way in which you have geared the recruitment and advertising to the results of the risk analytics per type of game of chance, if applicable; see also [prevention of addiction](#).

Deze informatie is een samenvatting van de geldende regelgeving, dit betekent dat sommige eisen, uitzonderingen en juridische nuances ontbreken. Aan de bovenstaande informatie kunnen geen rechten worden ontleend: de tekst in [wet en regelgeving](#) is leidend.

This information is a summary of the applicable regulations, which means that some requirements, exceptions and legal nuances are missing. No rights can be derived from the above information: the text in [legislation and regulations](#) is pre-eminant.

ROLE MODELS

Bereik van uw rolmodel onder jongeren

Toelichting op de norm

Als aanbieder van kansspelen mag u op grond van artikel 4 van de Regeling werving, reclame en verslavingspreventie in uw reclame-uitingen geen gebruik maken van rolmodellen jonger dan 25 jaar of met 'substantieel bereik' onder minderjarigen of jongvolwassenen.

- [artikel 4, eerste lid, van de Regeling werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen](#)(verwijst naar een andere website)
- [artikel 4, tweede lid, van de Regeling werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen](#)(verwijst naar een andere website)

Wat is substantieel bereik?

De wetgever heeft niet nader bepaald wanneer er sprake is van substantieel bereik. De Kansspelautoriteit constateert dat kansspelaanbieders deze norm zelfstandig invullen met percentages die variëren tussen de 25 en 30 procent.

Op dit moment zien wij geen aanleiding om deze invulling te corrigeren. Aan de hand van de praktijk beoordelen wij of een andere invulling noodzakelijk is, bijvoorbeeld om een hoger beschermingsniveau voor de consument te bereiken. In dat geval zullen wij dit tijdig en duidelijk communiceren aan vergunninghouders.

Wij betrekken steeds alle relevante omstandigheden bij onze beoordeling of een gekozen invulling overeenkomstig de wet is. Wij verwachten dat u als vergunninghouder bewuste, weloverwogen keuzes maakt waarin de bescherming van spelers en kwetsbare personen zoveel mogelijk centraal staat.

Your role model reach among young people

Explanation of the standard

As a provider of games of chance, pursuant to Article 4 of the Recruitment, Advertising and Addiction Prevention Regulations, you may not use role models under the age of 25 or with 'substantial reach' among minors or young adults in your advertising.

- [Article 4, first paragraph, of the Regulation on recruitment, advertising and addiction prevention games of chance](#)
- [Article 4, second paragraph, of the Regulation on recruitment, advertising and addiction prevention games of chance](#)

What is substantial reach?

The legislator has not defined substantial reach. The Gaming Authority has established that games of chance providers complete this standard independently with percentages between 25 and 30 percent.

At this time, we see no reason to adjust this interpretation. Based on actual practice, we will assess whether a different interpretation is required, for example to achieve a higher level of protection for the consumer. In that event, we will communicate this to license holders in a timely and clear manner.

We always include all relevant circumstances in our assessment of whether a chosen interpretation is in accordance with the law. As a licensee, we expect you to make conscious, well-considered choices in which the protection of players and vulnerable persons is as central as possible.

U onderzoekt het bereik van uw rolmodel

Als vergunninghouder bent u verplicht om voorafgaand aan de samenwerking met het rolmodel het bereik van het rolmodel onder minderjarigen en jongvolwassenen te onderzoeken. Uw samenwerking start vanaf de eerste uitzending of publicatie van de reclame-uiting waarin het rolmodel te zien of te horen is.

Om het bereik vast te stellen, betreft u alle mediakanalen waarop het rolmodel actief is, waaronder sociale media, TV, radio, lezingen, interviews in tijdschriften etc. De resultaten van het onderzoek moeten een **actuele en representatieve** weerspiegeling zijn van het bereik van het rolmodel bij de start van de samenwerking.

Dit betekent dat als u de reclame op een later moment opnieuw gebruikt, u moet nagaan of het uitgevoerde onderzoek nog representatief is voor het actuele bereik van het gebruikte rolmodel.

Als vergunninghouder moet u de Kansspelautoriteit dit onderzoek en de resultaten daarvan kunnen tonen als wij daarnaar vragen.

Let op: of er bij uw reclame sprake is van substantieel bereik onder jongvolwassenen of minderjarigen staat los van de vraag of uw reclame-uitingen en andere reclameactiviteiten zich richten op kwetsbare groepen. [Inhoud, locatie en tijdstip](#) van uw reclame kunnen betekenen dat een reclame-uiting zich richt op kwetsbare groepen, ondanks dat het substantieel bereik van het ingezette rolmodel binnen de norm van 25 - 30 procent blijft. In dat geval is de reclame niet toegestaan.

Zie ook

[Toelichting reclamenorm: niet richten op kwetsbare groepen](#)

You explore the reach of your role model

As a licensee, you are obliged to research the role model's reach among minors and young adults before collaborating with the role model. Your collaboration starts from the first transmission or publication of the advertising in which the role model can be seen or heard.

To establish reach, include all media channels in which the role model is active, including social media, TV, radio, talks, magazine interviews, etc. The results of the survey should be an **up-to-date and representative** reflection of the role model's reach at the beginning of the collaboration.

This means that if you use the advertising again at a later date, you should check whether the research conducted is still representative of the current reach of the role model used.

As a licensee, you must be able to show the Gambling Authority this research and its results if we request it.

Please note: it is not relevant whether your advertising has substantial reach among young adults or minors when determining whether advertising targets a vulnerable group. [Content, location and time](#) of the advertising can mean that an advertisement is aimed at vulnerable groups, even though the substantial reach of the deployed role model remains within the standard of 25 - 30 percent. In that event, advertising is not permitted.

See also

[Explanation of advertising standard: not targeting vulnerable groups](#)

VULNERABLE GROUPS

Richt reclame niet op kwetsbare groepen

Toelichting op de norm

Do not target advertising at vulnerable groups

Explanation of the standard

Als vergunninghouder voor het aanbieden van kansspelen bent u op grond van artikel 2 van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen verplicht om te zorgen dat uw reclame zich niet richt op kwetsbare groepen van personen, zoals **minderjarigen**. Aanbieders van online kansspelen, speelcasino's of speelautomatenhallen mogen reclame ook niet richten op **jongvolwassenen**.

- [artikel 2, derde lid, van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen](#)
- [artikel 2, vierde lid, van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen](#)

Wat bepaalt het bereik onder kwetsbare groepen?

Bij de beoordeling of u uw reclame richt op kwetsbare groepen betreft de Kansspelautoriteit de volgende elementen:

1. Inhoud

- Welke vormgeving, taal, producten en personen gebruikt u in uw reclame? Spreken deze bijvoorbeeld jongeren of een kwetsbare doelgroep aan?
- Als u een rolmodel gebruikt gelden [aanvullende regels](#)

2. Medium of middel

- Is uw uiting zichtbaar aanwezig in of rond programma's op radio en televisie die gericht zijn op of populair zijn onder minderjarigen, zoals het jeugdjournaal of familieprogramma's zoals Lego Masters of Marble Mania?
- Is uw uiting op sociale mediakanalen die voor een groot deel gebruikt worden door jongeren of andere kwetsbare groepen van personen, zoals TikTok, Snapchat, Instagram of YouTube? Zie sociale media onderzoek Frankwatching / Newcom 2020 en 2021

3. Locatie en tijdstip

- Is uw uiting zichtbaar op of rondom een middelbare school of een kinderopvangcentrum?
- Wordt uw uiting uitgezonden in reclameblokken bij kinderprogramma's of familieprogramma's? Hier gelden bovendien de

As a license holder for the provision of games of chance, you are obliged under Article 2 of the Decree on recruitment, advertising and prevention of addiction to ensure that your advertising is not aimed at vulnerable groups of persons, such as **minors**. Providers of online games of chance, gaming casinos or gaming arcades are also not allowed to target advertising to **young adults**.

- [Article 2, third paragraph, of the Gambling, Advertising and Addiction Prevention Decree](#)
- [Article 2, fourth paragraph, of the Gambling, Advertising and Addiction Prevention Decree](#)

What determines the reach among vulnerable groups?

The Gambling Authority takes the following elements into account when assessing whether you are targeting your advertising to vulnerable groups:

1. Content

- What design, language, products and people do you use in your advertising? Do these, for example, appeal to young people or a vulnerable target group?
- If you use a role model, [additional rules apply](#)

2. Medium or channel

- Is the advertising visibly present in or around radio and television programmes aimed at or popular with minors, such as the youth news or family programmes such as Lego Masters or Marble Mania?
- Is your communication on social media channels that are largely used by young people or other vulnerable groups of people, such as TikTok, Snapchat, Instagram or YouTube? See social media research Frankwatching / Newcom [2020](#) and [2021](#).

3. Location and time

- Is your communication visible at or around a secondary school or childcare center?
- Is your advertising transmitted in commercial breaks on children's programmes or family programmes? The time windows from the

tijdvensters uit de Mediawet waarop het Commissariaat van de Media toeziet

4. Doelgroep

Heeft u gekeken naar de leeftijdsopbouw en het aantal volgers van de gehanteerde (sociale) media-kanalen, bijvoorbeeld Instagram, TV, radio, tijdschriften etc.

U bouwt waarborgen in

Naast bovengenoemde factoren is relevant welke waarborgen u heeft ingebouwd om te zorgen dat u uw reclame niet richt op minderjarigen en jongvolwassenen of het risico hierop zoveel mogelijk te beperken.

Hierbij kunt u denken aan:

- afspraken die u maakt met samenwerkingspartners, zoals rolmodellen, affiliates of marketingbureaus, over het niet richten op kwetsbare groepen van personen
- leeftijdsfilters bij berichten op het gebruikte (sociale) mediakanaal
- het gebruiken van besloten groepen met bijvoorbeeld een leeftijdsbeperking op het gebruikte (sociale) mediakanaal

U monitort resultaten van uw reclame en grijpt in

U kunt niet volledig voorkomen dat reclame bij een of meerdere kwetsbare personen terecht komt. Het volledig ontzien van deze groep is in het huidige digitale tijdperk simpelweg niet mogelijk.

Wel moet u kunnen aantonen dat u er alles aan doet om het te voorkomen. U heeft dus een inspanningsverplichting, geen resultaatsverplichting.

Uw inspanning toont u aan door onder meer:

- de resultaten van uw reclameactiviteiten te monitoren en
- waar nodig in te grijpen, bijvoorbeeld door de uiting niet meer te gebruiken of direct nadat u een afwijking constateert uw reclame aan te passen

Media Act, which are supervised by the Media Authority, also apply here

4. Target audience

-Have you looked at the age structure and the number of followers of the (social) media channels used, for example Instagram, TV, radio, magazines, etc.

Build in guarantees

In addition to the above factors, it is relevant which safeguards you have built in to ensure that you do not target advertising to minors and young adults, or to limit the risk of that as much as possible.

You might consider:

- agreements made with partners you work with, such as role models, affiliates or marketing agencies, related to not targeting vulnerable groups of people
- age filters for communications on the (social) media channel used
- using closed groups with, for example, an age limit on the (social) media channel used

Monitor the results of your advertising and intervene

You cannot entirely prevent advertising from reaching one or more vulnerable persons. Completely avoiding this group is simply not possible in the current digital age.

However, you must be able to show you are doing everything you can to prevent it. So your obligation is for best efforts, not outcome.

You demonstrate your effort by, among other things:

- monitoring the results of your advertising activities and
- intervening where necessary, for example by no longer using the communication or by adjusting your advertising immediately after you notice an issue

Dit geldt ook als bijvoorbeeld blijkt dat een bepaalde uiting door een affiliate op websites voor minderjarigen is geplaatst: dan richt u zich op kwetsbare groepen van personen. Als vergunninghouder bent en blijft u daarvoor verantwoordelijk.

This also applies if, for example, it appears that a certain communication has been placed by an affiliate on websites for minors: then you are targeting vulnerable groups of people. As a license holder, you are and will remain responsible for this.