

Gedragscode promotionele kansspelen

Gedragscode promotionele kansspelen 2014

Inhoudsopgave

Preambule

Artikel 1 Definities

Artikel 2 Tijd en hoeveelheid

Artikel 3 Kosten

Artikel 4 Prijzen of premies

Artikel 5 Werving en promotie

Artikel 6 Minderjarigen

Artikel 7 Algemene spelvoorwaarden

Artikel 8 Klein promotioneel kansspel

Artikel 9 Klachten

Artikel 10 Informatie over de gedragscode

Artikel 11 Inwerkingtreding

Toelichting bij Preambule

Toelichting bij artikel 1 Definities

Toelichting bij artikel 2 Tijd en hoeveelheid

Toelichting bij artikel 3 Kosten

Toelichting bij artikel 4 Prijzen of premies

Toelichting bij artikel 5 Werving en promotie

Toelichting bij artikel 6	Minderjarigen
Toelichting bij artikel 7	Algemene spelvoorwaarden
Toelichting bij artikel 8	Klein promotioneel kansspel
Toelichting bij artikel 9	Klachten

Preambule

1. Ingevolge de Wet op de kansspelen is het verboden gelegenheid te geven om mee te dingen naar prijzen of premies, indien de aanwijzing der winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen, tenzij daarvoor vergunning is verleend.
2. Voor het organiseren van promotionele kansspelen kan geen vergunning worden verleend op grond van de Wet op de kansspelen. Indien echter wordt voldaan aan de voorwaarden zoals beschreven in deze gedragscode, is het toegestaan promotionele kansspelen te organiseren. Op het moment dat niet wordt voldaan aan de gedragscode overtreedt de aanbieder de Wet op de kansspelen.
3. De gewijzigde gedragscode promotionele kansspelen treedt op 1 januari 2014 in werking.
4. Promotionele kansspelen mogen uitsluitend ter promotie van een product, dienst of organisatie dienen en mogen niet als een zelfstandige activiteit worden aangeboden.
5. De aanbieder verplicht zich ertoe een promotioneel kansspel met inachtneming van de bepalingen van deze gedragscode te organiseren. Daarbij dient de code niet alleen naar de letter, maar ook naar de geest te worden toegepast.
6. De gedragscode promotionele kansspelen zal bij vaststelling van de Wet op de kansspelen tot regulering van kansspelen op afstand wederom worden herzien.

Artikel 1 Definities

In deze code wordt verstaan onder:

1. **Aanbieder:** een natuurlijke of rechtspersoon die gelegenheid geeft tot de deelname aan een promotioneel kansspel.

2. **Communicatiekosten:** kosten die direct verband houden met het tot stand brengen van een verbinding of contact tussen een aanbieder van en een deelnemer aan een promotioneel kansspel.
3. **Deelnemer:** een natuurlijke of rechtspersoon die meedingt naar prijzen of premies in een promotioneel kansspel.
4. **Minderjarige:** een natuurlijke persoon die de leeftijd van 18 jaar nog niet heeft bereikt.
5. **Ouder:** een ouder of de wettelijke vertegenwoordiger van een minderjarige.
6. **Promotie:** elke vorm van bevordering, direct of indirect, van de naamsbekendheid van een organisatie of de afzet van goederen of diensten.
7. **Promotioneel kansspel:** het, bij wijze van promotie, geven van gelegenheid om mee te dingen naar prijzen of premies, waarbij de aanwijzing van de winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen.
8. **Trekking:** de aanwijzing van de winnaar(s) van prijzen of premies op een bepaald moment.

Artikel 2 Tijd en hoeveelheid

Een aanbieder biedt maximaal éénmaal per jaar per product, dienst of organisatie een promotioneel kansspel aan. Een promotioneel kansspel is tijdelijk van aard en omvat maximaal twintig trekkingen.

Artikel 3 Kosten

1. Aan de deelname aan een promotioneel kansspel worden geen andere dan de in het tweede lid genoemde communicatiekosten verbonden.
2. De aanbieder mag bij een deelnemer aan een promotioneel kansspel uitsluitend communicatiekosten in rekening brengen tot ten hoogste 0,45 euro per deelname.
3. De hoogte van de in het tweede lid genoemde kosten zijn voorafgaand aan deelname aan een promotioneel kansspel duidelijk kenbaar gemaakt.
4. Producten of diensten waaraan de mogelijkheid tot deelname aan een promotioneel kansspel is verbonden hebben geen hogere aanschafprijs dan producten of diensten die zonder een dergelijke mogelijkheid worden aangeboden.

5. De aanbieder verschaft de kansspelautoriteit desgevraagd informatie over de communicatiekosten.

Artikel 4 Prijzen of premies

1. De totale economische waarde van de beschikbaar gestelde prijzen of premies per promotioneel kansspel bedraagt maximaal € 100.000,- per jaar.
2. De aanbieder van een promotioneel kansspel maakt voorafgaand aan de deelname duidelijk wat de totale waarde van het prijzenpakket is en welke en hoeveel prijzen of premies per promotioneel kansspel gewonnen kunnen worden.
3. Van alle prijzen of premies wordt een omschrijving gegeven waaruit de economische waarde blijkt of waaruit deze kan worden afgeleid.
4. De prijzen dienen in overeenstemming te zijn met de goede smaak, de goede zeden en het fatsoen.
5. De aanwijzing van de winnaar(s) van prijzen of premies uit de deelnemers geschiedt op onpartijdige wijze.
6. De aanbieder toont op verzoek van de Kansspelautoriteit aan hoe de aanwijzing der winnaars geschiedt.
7. De aanbieder voorziet op verzoek van de deelnemer of de Kansspelautoriteit in een overzicht van uitgekeerde prijzen of premies van het promotionele kansspel.
8. De resultaten van een trekking worden binnen drie maanden na de beëindiging van het promotionele kansspel bekendgemaakt.
9. Alle uitgeloofde prijzen of premies waar deelnemers recht op hebben worden daadwerkelijk uitgekeerd.

Artikel 5 Werving en promotie

1. De oproep tot deelname aan een promotioneel kansspel bevat de naam van het te promoten **product, de dienst of organisatie**. Deze oproep alsmede de inhoudelijke informatie over een promotioneel kansspel is op generlei wijze misleidend of onvolledig en wekt geen valse verwachtingen bij de deelnemers.
2. De aanbieder draagt er zorg voor dat aan wervings- en reclameactiviteiten op zorgvuldige en evenwichtige wijze vorm wordt gegeven, waarbij in het bijzonder wordt

gewaakt voor het aanzetten tot onmatige deelname aan de door de aanbieder georganiseerde promotionele kansspelen.

Artikel 6 Minderjarigen

1. De aanbieder betracht grote zorgvuldigheid en terughoudendheid bij het aanbieden van een promotioneel kansspel aan minderjarigen of het oproepen van minderjarigen tot deelname aan een promotioneel kansspel.
2. Voor promotionele kansspelen gericht of mede gericht op minderjarigen geldt dat de aangeboden prijzen of premies geschikt zijn voor minderjarigen en hen geen morele, mentale of fysieke schade berokkenen. Daarbij wordt rekening gehouden met het bevattingvermogen en het verwachtingspatroon van minderjarigen met betrekking tot de aangeboden prijzen of premies.
3. De aanbieder van een promotioneel kansspel verzamelt geen persoonsgegevens van minderjarigen, noch laat deze verzamelen, zonder verifieerbare toestemming van een ouder van de minderjarige, tenzij dat noodzakelijk is om de minderjarige contactgegevens van zijn ouder te vragen teneinde toestemming te verkrijgen voor het uitreiken van prijzen of premies.
4. De aanbieder stelt aan een minderjarige de voorwaarde dat diens ouder toestemming verleent voor deelname aan een promotioneel kansspel.

Artikel 7 Algemene spelvoorwaarden

1. De aanbieder van een promotioneel kansspel stelt algemene spelvoorwaarden op. De algemene spelvoorwaarden worden gratis ter beschikking gesteld aan deelnemers en potentiële deelnemers en zijn op eenvoudige wijze te raadplegen.
2. De algemene spelvoorwaarden van een promotioneel kansspel bevatten ten minste de volgende gegevens:
 1. de naam en het adres van de aanbieder;
 2. de naam van het te promoten product, de dienst of organisatie;
 3. de termijn waarbinnen deelname aan het promotionele kansspel mogelijk is;
 4. de wijze waarop de deelnemer kan deelnemen;

5. de hoogte van de eventuele communicatiekosten, met een maximum van 0,45 euro per deelname;
 6. het aantal te winnen prijzen of premies en een beschrijving daarvan en de waarde daarvan;
 7. de wijze waarop winnaars worden aangewezen en het aantal trekkingen;
 8. de wijze van bekendmaking van de winnaar(s);
 9. de datum van trekking en uitreiking van prijzen of premies;
 10. de vermelding dat bij een deelname aan het promotionele kansspel door een minderjarige tot 16 jaar de toestemming van een ouder noodzakelijk is;
 11. de wijze van inhouding of aangifte van eventuele kansspelbelasting;
 12. de wijze waarop de algemene spelvoorwaarden en eventuele andere informatie betreffende het promotionele kansspel verkrijgbaar zijn;
 13. de wijze waarop klachten over het promotionele kansspel kunnen worden ingediend en de daarbij te volgen procedure; en
 14. de vermelding dat de aanbieder in overeenstemming met deze gedragscode.
3. De algemene spelvoorwaarden mogen niet tijdens de looptijd van een promotioneel kansspel ten nadele van de deelnemers worden gewijzigd.

Artikel 8 Klein promotioneel kansspel

1. Een promotioneel kansspel wordt aangemerkt als een klein promotioneel kansspel indien de totale waarde van de prijzen of premies ten hoogste € 4500,-
2. De volgende artikelen van deze gedragscode zijn niet van toepassing op een klein promotioneel kansspel:
 1. artikel 2;
 2. artikel 4.1; en
 3. artikel 7.

Artikel 9 Klachten

1. Een ieder die meent dat een aangeboden promotioneel kansspel niet voldoet aan één of meer bepalingen van deze gedragscode kan daarover een schriftelijke klacht

indienen bij de aanbieder(s) van dit spel.

2. In geval de klacht een promotioneel kansspel betreft waarbij verschillende aanbieders betrokken zijn, kan de klager volstaan zijn klacht bij één van de aanbieders in te dienen. In dat geval wordt de partij die is aangeschreven verondersteld de aanbieder van het promotionele kansspel te zijn.
3. Een aanbieder is verplicht een klachtenprocedure op te stellen en het adres en/of telefoonnummer kenbaar te maken dat kan worden gebruikt om eventuele klachten in te dienen.
4. Indien de klacht niet naar tevredenheid van de klager is afgehandeld, kan de klager zijn klacht alsnog indienen bij de Kansspelautoriteit.
5. Indien een klager zijn klacht, in afwijking van het eerste of tweede lid, direct bij de kansspelautoriteit indient, stuurt de kansspelautoriteit de klacht ter behandeling door naar de aanbieder.

Artikel 10 Informatie over de gedragscode

Voor informatie over de werking van deze gedragscode kan contact worden opgenomen met:

De Kansspelautoriteit

Postbus 298

2501 CG Den Haag

Telefoon: 070-302 1300

E-mail: info@kansspelautoriteit.nl

Artikel 11 Inwerkingtreding

Deze gedragscode treedt op 1 januari 2014 in werking en vervangt de sinds 1 januari 2006 geldende gedragscode.

Toelichting bij Gedragscode promotionele kansspelen

Toelichting bij Preambule

Ingevolge de Wet op de kansspelen is het aanbieden van kansspelen zonder vergunning niet toegestaan. De wet maakt daarbij geen onderscheid tussen kansspelen met of zonder inleg. De vergunningplicht geldt in beginsel voor alle typen kansspelen, ook promotionele

kansspelen. Aan deze vergunningsplicht hoeft niet te worden voldaan als promotionele kansspelen voldoen aan de voorwaarden die zijn gesteld in deze gedragscode.

De hoofddoelstelling van het Nederlandse kansspelbeleid ‘het reguleren en beheersen van kansspelen, met bijzondere aandacht voor het tegengaan van kansspelverslaving, het beschermen van de consument en het tegengaan van illegaliteit en criminaliteit’ wordt met de gedragscode gediend: door strikte voorwaarden te stellen, zullen de financiële risico’s en risico’s van kansspelverslaving voor consumenten worden beperkt. Tegelijkertijd wordt tegemoet gekomen aan de behoefte van kansspelvergunninghouders en het bedrijfsleven om promotionele kansspelen aan te bieden en aan de behoefte van consumenten om aan promotionele kansspelen deel te nemen.

Onder promotionele kansspelen wordt verstaan: het, bij wijze van promotie, geven van gelegenheid om mee te dingen naar prijzen of premies, waarbij de aanwijzing van de winnaars geschiedt door enige kansbepaling waarop de deelnemers in het algemeen geen overwegende invloed kunnen uitoefenen.

De in de Wet op de kansspelen genoemde kansspelen kunnen ook als promotioneel kansspel worden aangeboden voor zover aan de voorwaarden van deze gedragscode is voldaan. Eventuele intellectuele eigendomsrechten die gevestigd zijn op bepaalde kansspelen of spelconcepten dienen vanzelfsprekend gerespecteerd te worden.

Vergunninghouders en kansspelen waarvoor een vergunning is afgegeven

De kansspelen waarvoor vergunning is verleend vallen buiten het toepassingsbereik van de gedragscode. Indien een vergunninghouder een promotioneel kansspel organiseert, waarbij een eigen product als prijs fungeert, dient de vergunninghouder in dit geval ook aan alle voorwaarden van de gedragscode te voldoen. Het promotionele kansspel mag alleen aangeboden worden als bepaalde voorwaarden in de vergunning of bijvoorbeeld een specifieke reclamecode dit niet verbieden. Als een aanbieder zonder vergunning een product van een vergunninghouder, met diens instemming, als prijs van een promotioneel kansspel aanbiedt, dan moet deze aanbieder in dit geval voldoen aan alle voorwaarden van de gedragscode.

Toelichting bij artikel 1 Definities

Lid 6. Promotie

Het organiseren van een kansspel met als enkele doel om daarmee persoonsgegevens te verzamelen voldoet niet aan de gedragscode.

Lid 7. Promotioneel kansspel:

Bij het aanbieden van het promotionele kansspel moet duidelijk zijn wat het onderwerp van promotie is. Daarnaast is het kanselement bepalend: een speler heeft geen overwegende invloed op het winnen van prijzen of premies.

Voorbeelden van het kanselement bij promotionele kansspelen zijn:

1. deelnemers sturen een antwoord op een vraag Uit alle goede inzendingen wordt een winnaar getrokken. Het kanselement is de trekking uit alle goede inzendingen;
2. een willekeurige zak chips met daarin een voorwerp dat recht geeft op prijzen of premies;
3. *sweepstakes* waarbij voorafgaand aan deelname de winnaars of winnende elementen van prijzen of premies bepaald zijn.

Lid 8. Trekking:

Een promotioneel kansspel is tijdelijk van aard en omvat maximaal 20 trekkingen. Bij een trekking kunnen meerdere winnaars worden aangewezen. Aanbieders moeten nadrukkelijk onderscheid maken tussen de winnaars die bij een enkele trekking worden aangewezen, en de wijze waarop die winnaars worden bekend gemaakt. Als een aanbieder ervoor kiest om bijvoorbeeld elk uur een winnaar bekend te maken, moet duidelijk zijn dat deze winnaars het resultaat zijn van de trekking op datum X, tijdstip Y.

Toelichting bij artikel 2 Tijd en hoeveelheid

In artikel 2 wordt het woord 'of' gebruikt. Daaronder is mede begrepen de situatie dat meer dan één van de genoemde gevallen zich tegelijk voordoen.

In het onderstaande worden enkele voorbeelden beschreven om aan te geven wat binnen de kaders van de gedragscode valt.

Voorbeeld 1:

Een frisdrankproducent genaamd FRIS mag eenmaal per jaar het merk FRIS promoten met een promotioneel kansspel. Daarnaast mag FRIS zijn product FRIS Light eenmaal per jaar promoten op basis van een promotioneel kansspel. FRIS kan in hetzelfde jaar ook voor zijn product sinaasappelsap een promotioneel kansspel aanbieden. Ditzelfde voorbeeld kan gegeven worden met smaakvarianten van een product. Deze worden als afzonderlijke producten beschouwd.

Voorbeeld 2:

Een maandblad kan per vier weken een trekking organiseren van het promotionele kansspel dat het gehele jaar loopt bij promotie voor het maandblad. In het blad kunnen binnen de kaders van deze gedragscode verschillende producten van adverteerders worden aangeprezen met behulp van een promotioneel kansspel.

Voorbeeld 3:

Een bepaalde programmareeks op televisie kan éénmaal per jaar met een promotioneel kansspel worden gepromoot. Indien deze programmareeks elke week wordt uitgezonden dan kan twintig maal één of meer winnaars per uitzending worden aangewezen. Een programmareeks is een logischerwijs bij elkaar horende reeks van uitzendingen van een bepaald programma (bijvoorbeeld een serie, quiz of de ochtendshow op de radio).

Voorbeeld 4:

Filiaalbedrijven maken deel uit van een organisatie, maar kunnen zelfstandig aanbieder zijn van een promotioneel kansspel zonder dat dit ten koste gaat van de ene mogelijkheid tot aanbieden per jaar per organisatie. Het onderscheidende criterium zit in het lokale of regionale karakter van het promotionele kansspel. Dit betekent dat het lokale of regionale promotionele kansspel zich moet onderscheiden van een landelijk gericht promotioneel kansspel voor de gehele organisatie. Dit kan tot uiting komen in bijvoorbeeld de wijze van communicatie met doelgroep of verspreidingsgebied van promotiemateriaal.

Voorbeeld:

Een filiaalbedrijf in Rotterdam van een doe-het-zelf winkelbedrijf organiseert een promotioneel kansspel. Het winkelbedrijf kan daarnaast voor al haar filiaalbedrijven een landelijke promotioneel kansspel organiseren. De twee promotionele kansspelen moeten een verschillend karakter hebben en op zichzelf staan.

Toelichting bij artikel 3 Kosten

De aanbieder van een promotioneel kansspel mag alleen communicatiekosten, inclusief BTW, in rekening brengen bij de deelnemer, eventueel via een tussenpersoon zoals een telecom bedrijf. Indien kosten aan de deelnemer worden doorberekend die uitgaan boven de € 0,45 per deelname of niet onder de definitie van communicatiekosten vallen, dan worden deze kosten beschouwd als inleg. Hiermee valt het promotionele kansspel buiten de werking van de gedragscode. Op basis van de Wet op de kansspelen is het verboden dit spel zonder vergunning aan te bieden.

Toelichting bij artikel 4 Prijzen of premies

Lid 1. De prijzen of premies van filiaalbedrijven van een organisatie mogen bij elkaar opgeteld bij een landelijke actie niet boven de € 100.000,- uitkomen, exclusief kansspelbelasting.

Lid 2. Van een deelnemer mag geen andere tegenprestatie om voor een prijs in aanmerking te komen worden verlangd, dan dat deze verifieert of laat verifiëren of er recht op een prijs bestaat. Het al dan niet meewerken aan promotionele activiteiten mag niet leiden tot hogere prijzen of premies dan voorafgaand aan deelname aan het promotionele kansspel bekend is gemaakt.

Lid 3. De economische waarde van prijzen of premies is niet altijd te omschrijven of duidelijk te maken. In voorkomende gevallen volstaat een beschrijving van prijzen of premies.

Voorbeeld:

Een prijs in een promotioneel kansspel van een muzikzender is een ontmoeting met een muzikant. Deze prijs heeft geen bepaalde economische waarde. Een omschrijving van de prijs voorafgaand aan de trekking volstaat.

Lid 5. Op meerdere manieren kan het begrip ‘op onpartijdige wijze’ worden ingevuld bij het toekennen van prijzen of premies door:

1. een notaris;
2. een gerechtsdeurwaarder;
3. een persoon die geen direct belang heeft bij de aanbieder of het aangeboden spel;

4. een instrument (bijvoorbeeld een computer) dat op onpartijdige wijze tot aanwijzing van winnaars kan worden gekwalificeerd.

Dit laat onverlet dat de aanbieder andere personen kan aanwijzen die een prijs kunnen toewijzen, mits deze als onpartijdig kan worden gekwalificeerd.

Lid 9. Dit lid dient ter bescherming van de consument. Zogenaamde *sweepstakes* blijven nog steeds toegestaan.

Toelichting bij artikel 5 Werving en promotie

Werving en promotie mogen niet misleidend zijn. Enkele voorbeelden van misleiding zijn:

1. de suggestie dat de ontvanger reeds winnaar is van een prijs, bijvoorbeeld door de vermelding van de naam van de ontvanger op een uittreksel uit de lijst van winnaars;
2. het gebruik van nabootsingen van cheques of andere waardepapieren, zonder een doordruk 'specimen' of andere aanduiding dat er slechts sprake is van een voorbeeld zonder waarde;
3. de suggestie dat de ontvanger een grotere kans maakt op een prijs dan andere deelnemers, bijvoorbeeld door de naam van een ander te voorzien van een doordruk 'verliezer';
4. het in grote letters vermelden dat een ontvanger reeds winnaar is van een prijs, terwijl uit lezing van de algemene voorwaarden blijkt dat de ontvanger daarop slechts kans heeft;
5. het onvoldoende relativeren van de winkans van de ontvanger, door de indruk te geven dat de ontvanger reeds gewonnen heeft, terwijl dit niet in de mailing zelf maar in de bijlage(n) of het reglement ontkracht wordt; en
6. het aanmerken van iedere ontvanger van een sweepstake als 'winnaar' ('everybody wins' methode) waarbij slechts een prijs van minieme waarde wordt toegekend.

Toelichting bij artikel 6 Minderjarigen

Lid 1. Voor minderjarigen geldt een bijzondere zorgplicht bij het aanbieden van een promotioneel kansspel. Een zorgplicht betekent dat rekening wordt gehouden met het bevattingvermogen van minderjarigen. Een algemene norm is daarvoor niet beschikbaar.

Wel geldt dat de zorgplicht aansluit op alles dat in de gemiddelde omgang met minderjarigen als normaal voor een bepaalde leeftijd wordt beschouwd.

Lid 2. De aangeboden prijzen dienen aan te sluiten bij het verwachtingspatroon en het bevattingvermogen van een minderjarige.

Voorbeeld:

Bij een promotioneel kansspel gericht op minderjarigen past het niet om een auto als prijs aan te bieden.

Lid 4. Voor minderjarigen dienen de ouders of wettelijke vertegenwoordigers toestemming te verlenen voor deelname aan het promotionele kansspel. Tijdens bijvoorbeeld de prijsuitreiking kan gecontroleerd worden of toestemming is verleend.

Toelichting bij artikel 7 Algemene spelvoorwaarden

De aanbieder van een promotioneel kansspel stelt algemene spelvoorwaarden op en maakt deze kenbaar aan de deelnemers. Deze voorwaarden kunnen worden vermeld op bijvoorbeeld het product zelf, teletekst van de televisiezender of op de internetsite van het programma. Hier worden zaken weergegeven als de algemene spelvoorwaarden, het tarief voor deelname en een klachtenlijn.

Toelichting bij artikel 8 Klein promotioneel kansspel

Met dit artikel wordt een ondergrens voor kleine promotionele kansspelen gecreëerd. Met name bij het midden- en kleinbedrijf en in de detailhandel bestaat behoefte aan de mogelijkheid om zonder al te veel administratieve lasten toch een klein promotioneel kansspel aan te bieden bij het promoten van producten, diensten of organisatie.

Ook voor aanbieders van prijspuzzels en andere kleine promotionele kansspelen is behoefte aan een mogelijkheid om zonder al te veel administratieve lasten en beperking in tijd en hoeveelheid gelegenheid te geven om bij promotie relatief kleine prijzen beschikbaar te stellen.

Promotionele kansspelen met een prijzenpakket tot € 4500,-, maar waarvoor de communicatiekosten voor een deelnemer boven de gelimiteerde communicatiekosten uitkomen, worden niet tot de kleine promotionele kansspelen gerekend en moeten voldoen aan alle voorwaarden van de gedragscode.

Promotionele kansspelen met een prijzenpakket tussen € 4500,- en € 100.000,- waarvoor geen communicatiekosten worden berekend, worden niet tot de kleine promotionele kansspelen gerekend en moeten voldoen aan alle voorwaarden van de gedragscode.

Voor kleine promotionele kansspelen geldt niet de beperking dat deze slechts één keer per jaar aangeboden mogen worden. Wel blijft gelden dat een promotioneel kansspel tijdelijk van aard is. Verschillende kleine promotionele kansspelen die worden georganiseerd voor een en hetzelfde product, dienst of organisatie moeten daarom duidelijk verschillend van karakter zijn.

Hoewel het niet verplicht is om uitgebreide spelvoorwaarden op te stellen bij een gratis klein promotioneel kansspel, wordt wel aanbevolen om (beknopte) spelvoorwaarden op te stellen die duidelijkheid scheppen voor zowel aanbieder als deelnemer.

Toelichting bij artikel 9 Klachten

Lid 1. De klacht dient deugdelijk te worden gemotiveerd.

Lid 4. Indien een klacht bij de kansspelautoriteit wordt ingediend behandelt deze de klacht conform haar klachtenreglement.