

# MANAGEMENTSAMENVATTING

---

## AANLEIDING

De Wet KOA verplicht kansspelaanbieders om consumenten die online willen gokken, bij aanmelding op een kansspelwebsite limieten in te laten stellen (tijdslimiet, stortingslimiet, en saldolimiet). Ondanks het instellen van deze limieten, blijkt dat er consumenten zijn die veel geld verliezen met online gokken, mede doordat zij hun limieten (te) hoog instellen. Een mogelijke oorzaak hiervan kan zijn dat consumenten tijdens het registratieproces beïnvloedingstechnieken tegenkomen, waardoor zij hogere limieten instellen dan wanneer zij deze niet zouden tegenkomen. Om gokproblemen te voorkomen is het belangrijk dat de vormgeving van de limietenpagina's vrij is van dit soort beïnvloeding.

Het WODC heeft D&B daarom gevraagd in kaart te brengen welke beïnvloeding consumenten op dit moment tegen kunnen komen bij het instellen van de limieten en een lijst van voorstellen en verbeteringen aan te leveren die ervoor zorgen dat consumenten passendere limieten instellen.

## ONDERZOEKSOPZET

Om in kaart te brengen welke vormen van beïnvloeding consumenten tegen kunnen komen in de huidige praktijk bij het instellen van hun limieten, voerden we literatuuronderzoek en een customer journey analyse uit bij negen vergunde aanbieders. In deze analyse doorliepen en analyseerden onze onderzoekers de stappen die een consument doorloopt (klantreis) bij het aanmelden als nieuwe klant op de kansspelwebsites en bij het instellen van online goklimieten. Daarnaast hebben ze gegokt op elke website tot de ingestelde limieten bereikt werden, om te onderzoeken wat voor communicatie de consument ontvangt.

Er zijn veel kansen voor aanbieders en beleid om de zorgplicht richting consumenten te verbeteren. De belangrijkste adviezen beschrijven we hieronder. In het rapport staan aanvullende kansrijke adviezen beschreven.

## BEVINDINGEN EN ADVIEZEN

### HET INSTELLEN VAN LIMIETEN

#### **Standaardiseer limietstellingsprocessen.**

Kansspelaanbieders hanteren allemaal hun eigen limietstellingsproces: terminologie en uitleg verschilt, en soms verschilt zelfs de uitwerking van limieten. Om duidelijkheid voor consumenten te garanderen, adviseren we te komen tot een standaard-limietstellingsprocedure, met eenduidige, begrijpelijke terminologie en uitleg voor consumenten.

#### **Verwijder sturende elementen uit de keuzearchitectuur.**

De keuzearchitectuur (de online omgeving van limietstelling) bevat bij veel kansspelaanbieders sturende elementen, zoals meerkeuze-opties, dropdownmenu's, anchors en default-opties. Omdat het belangrijk is om consumenten zélf na te laten denken over de hoogte van limieten, adviseren we om het gebruik van **open invulvelden verplicht te stellen**. Uit eerder onderzoek is het effect hiervan al gebleken.

#### **Verplicht een minimumlimiet van 0 minuten of euro voor kansspelaanbieders.**

Op diverse kansspelwebsites kunnen consumenten in het limietstellingsproces geen tijdsduur of bedrag vanaf 0 euro invullen. Op 1 van de websites was de minimum in te stellen tijdslimiet zelfs 4 uur per dag.

#### **Vraag consumenten om een verlieslimiet**

Momenteel wordt er gevraagd naar een maximale tijdslimiet, stortingslimiet, en saldolimiet. Dit is anders dan het bedrag dat de consument kan verliezen. Een aantal aanbieders geeft de optie om een verlieslimiet in te stellen na aanmelding. We adviseren het verlieslimiet op te nemen in de standaardlimieten.

### HET AANPASSEN VAN LIMIETEN

**Stimuleer periodieke herziening van limieten.** Omdat persoonlijke situaties kunnen wijzigen over tijd, adviseren we om periodieke herziening van limieten aan te moedigen. Daarbij adviseren we om limietverlaging positief te bekrachtigen, en bij limietverhoging checkvragen te stellen die aanzetten tot bewustzijn en zelfreflectie.

### HET BEREIKEN VAN LIMIETEN

#### **Log spelers uit na het bereiken van hun tijdslimiet.**

Op de meeste websites gebeurt dit al, maar op sommige websites hebben consumenten nog toegang tot hun account om limieten aan te passen. Om te voorkomen dat consumenten vanuit emoties limieten verhogen, adviseren we beleid waarin consumenten automatisch uitgelogd worden van de website op het moment dat zij hun tijdslimiet bereiken.

#### **Voorkom aanmoediging om limieten te verhogen.**

Op diverse websites wordt de consument bij het bereiken van limieten aangemoedigd om de limieten te verhogen. Dit gebeurt zowel in op websites als e-mails. We adviseren dit te verbieden.

