



Gazet van Antwerpen

Date: 23-02-2023

Page: 4

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: 62976

Audience: 370900

Size: 161 cm²



Studie wijst uit: zelfs 5-jarigen kennen logo's van gokbedrijven

Kinderen van amper 5 jaar oud herkennen de logo's van gokbedrijven. Dat blijkt uit een literatuurstudie van de UGent. Professor sportmanagement Bram Constandt pleit voor een totaalverbod.

“Uit Australisch onderzoek weten we dat kinderen van amper 5 jaar oud al logo's van gokbedrijven herkennen”, zegt professor sportmanagement Bram Constandt van de UGent. “En in een Brits onderzoek zagen we kinderen van 8 jaar al logo's en gokbedrijven met elkaar verbinden en linken met de juiste sportploeg.”

Gokreclame mag nochtans niet gericht zijn op minderjarigen, maar is in de sport zo alomtegenwoordig dat kinderen er sowieso aan blootgesteld worden. “Dat zorgt ervoor dat gokken genormaliseerd wordt, waardoor de

drempel naar elke vorm van gokken verlaagt”, zegt Constandt. “Als we kinderen, maar ook mensen die vatbaar zijn voor gokpro-

blemen, willen beschermen, moet er een algemeen verbod komen op reclame en sponsoring.”

Beperking in volume

De gokindustrie is geen voorstander van een algemeen verbod, maar pleit wel voor een gedeeltelijk verbod. “Ik denk dat we het allemaal eens kunnen zijn dat er nu te veel reclame is”, zegt Tom De Clercq, woordvoerder van BAGO, de federatie van legale gokbedrijven. “Als sector hadden we daar graag afspraken over gemaakt, zoals een beperking in volume, reclame gericht op de bedrijfsnaam in plaats van op de producten en een stuk educatie over de gevaren. Maar met een

totaalverbod ontken je de realiteit. Gokken heeft nu eenmaal een plaats in onze samenleving. Uit cijfers blijkt dat amper 2% van de spelers een probleem zou kunnen ontwikkelen. Met een totaalverbod zorg je ervoor dat spelers op illegale sites terecht komen. En daar is al helemaal geen controle of bescherming.”

Ook uit de sportwereld komt gemor, want miljoenen aan inkomsten dreigen te verdwijnen. “Maar dat zijn drogredenen”, zegt professor Constandt. “Brits onderzoek wijst uit dat 84% van de weggevallen inkomsten meteen gecompenseerd zou worden. Enerzijds omdat andere partners hun reclamebudgetten verhogen, anderzijds omdat er ruimte vrijkomt voor bedrijven die nog niet in sport investeren, maar daar wel interesse in kunnen hebben.”

(nba, tlb)



Het Nieuwsblad

Date: 23-02-2023
Page: 2
Periodicity: Daily
Journalist: Nina Bernaerts

Circulation: 185454

Audience: 984654

Size: 405 cm²



publications: 2 : Het Nieuwsblad - De Gentenaar

Nog maar vijf, en ze kennen logo's van gokbedrijven al

Studie wijst uit: zelfs allerkleinsten blootgesteld aan gokreclame

Kinderen van amper vijf jaar oud herkennen de logo's van gokbedrijven. Dat blijkt uit een literatuurstudie van de UGent. "Enkel een totaalverbod op gokreclame en -sponsoring kan kinderen beschermen."

NINA BERNAERTS EN TOM LE BACQ

Gokreclame mag niet gericht zijn op minderjarigen, maar is in de sport toch zo alomtegenwoordig dat kinderen er uiteindelijk toch aan blootgesteld worden. "Dat zorgt ervoor dat gokken genormaliseerd wordt en een positief imago krijgt, waardoor de drempel naar elke vorm van gokken verlaagt", zegt professor sportmanagement Bram Constandt van de UGent.

De effecten op kinderen zijn enorm, concludeert Constandt uit de literatuurstudie die hij, samen met Steffi De Jans en Liselot Hudders, deed naar gokreclame en sponsoring door gokbedrijven. "Uit Australisch onderzoek weten we dat kinderen van amper 5 jaar oud al logo's van gokbedrijven herkennen. En in een Brits onderzoek zagen we kinderen van 8 jaar al logo's en gokbedrijven met elkaar verbinden en linken met de juiste sportploeg. Allemaal omdat ze er continu aan worden blootgesteld."

Niet enkel de reclame en sportsponsoring zijn een probleem. Ook influencers zetten steeds vaker hun schouders onder campagnes voor gokbedrijven. Amy Sonck - dochter van - poseerde voor Napoleon Games, tv-gezicht Erika Van Tielen en Blind getrouwd-deelnemster Candice Martens adverteerden tijdens het WK voetbal dan weer voor Circus.

"Een bewuste strategie van de gokbedrijven, want influencers blijken een nog grotere invloed te hebben op hun volgers."

En hoe meer reclame, hoe meer er gegokt wordt, zegt Constandt. "Als we kinderen, maar ook mensen die vatbaar zijn voor gokproblemen, willen beschermen, moet er een algemeen verbod komen op reclame en sponsoring."

De gokindustrie is geen voorstander van een algemeen verbod, maar pleit wel voor een gedeeltelijk verbod. "Ik denk dat we het allemaal eens kunnen zijn dat er nu te veel reclame is", zegt Tom De Clercq, woordvoerder van BAGO, de federatie van legale gokbedrijven. "Als sector hadden we daar graag afspraken over gemaakt, zoals een beperking in volume, reclame gericht op de bedrijfsnaam in plaats van op de producten, en een stuk educatie over de gevaren. Maar met een totaalverbod ontken je de realiteit. Gokken heeft nu eenmaal een plaats in onze samenleving. Uit cijfers blijkt dat amper 2 procent van de spelers een probleem zou kunnen ontwikkelen. Met een totaalverbod zorg je er wel voor dat spelers en minderjarigen op illegale sites terechtkomen. En daar is al helemaal geen controle of bescherming."

Ook uit de sportwereld komt gemor, want miljoenen aan inkomsten dreigen te verdwijnen. "Maar dat zijn drogredenen", zegt professor Constandt. "Brits onderzoek wijst uit dat 84 procent van de weggevalen inkomsten meteen gecompenseerd zou worden. Enerzijds omdat andere partners hun reclamebudgetten verhogen, anderzijds omdat er ruimte vrijkomt voor bedrijven die nog niet in sport investeren maar daar wel interesse in kunnen hebben."

Sportwereld mort

De studie geeft minister Vincent Van Quickenborne (Open VLD) genoeg munitie om door te zetten met het plan gokreclame strikt aan banden te leggen.



BELGA

Gokreclame is alomtegenwoordig op voetbalshirts, en bereikt zo ook heel jonge kinderen.