

## Zet reclame aan tot gokken? Tien tegen één van wel

De Standaard - 19 Nov. 2019 (pp. 38-39)

*Gokreclame in het voetbal is even alomtegenwoordig als tackles en gele kaarten. Clubs zullen meer moeten doen om de politiek te overtuigen dat het niet uit de hand loopt, meent Bram Constandt - Postdoctoraal onderzoeker aan de vakgroep bewegings- en sportwetenschappen (UGent)*

Telkens als een Belgische profclub in eigen land of in Europa tegen een bal begint te trappen, krijgen we een tsunami aan gokreclame te zien. Op televisie, op sociale media, voor, tijdens en na de wedstrijd: er is geen ontkomen aan. Vroeger kon je als gokker vooraf inzetten op het eindresultaat, en dat was dat. Nu wordt de voetbalfan aangemoedigd om continu live te gokken op de uitslag, maar ook op de volgende gele kaart of hoekschop of op de minuut van het volgende doelpunt: de zogeheten *micro bets*. Gok je liever niet online? Dan kun je ook altijd in de vele als krantenwinkels vermomde gokkantoren terecht. Het aantal van die drempelverlagende winkels is in zeven jaar tijd verdubbeld (*DS 18 november*). De verleidingen zijn velerlei, het aanbod divers en de aansporingen talrijk.

Vijftien van onze zestien eersteklassers worden vandaag gesponsord door gokbedrijven, koepelorganisatie Pro League doet ook mee. De meeste voetbalclubs lijken zich wel bewust van het op zijn minst gevoelige karakter van die partnerschappen. Ze wijzen op het verantwoordelijke gedrag van de gokpartner en nemen maatregelen om minderjarigen te beschermen. De vraag is of dat volstaat als die minderjarigen online of op tv overal gokreclame zien.

### Strengere regels

Onze voetbalclubs hebben het momenteel niet gemakkelijk. Er zijn de schandalen met matchfixing en zwart geld. Als gevolg daarvan liggen de kortingen op de RSZ-bijdrage en de bedrijfsvoorheffing voor hun spelers onder vuur. En nu bereiden de Kansspelcommissie en minister van Justitie Koen Geens (CD&V) nieuwe, strengere regels voor over online gokreclame bij sportwedstrijden. Zelfs een totaalverbod lijkt niet uitgesloten.

Gokbedrijven zijn erg kapitaalkrachtig en uiterst gul als het op sportsponsoring aankomt. Voetbalclubs zitten dus met een dilemma – of dat zou toch moeten. Soms achten bezorgde ouders een club deels verantwoordelijk voor de gokverslaving en financiële schuldenberg van zoonlief, een wanhoopskreet ingegeven door wat als drempelverlagende gokreclame van de club gezien kan worden.

### Bewijzen

Gokreclame die tot gokverslaving leidt? Niet wetenschappelijk onderbouwd, antwoordde de sectorfederatie van de gokbedrijven eerder deze maand in Het Nieuwsblad op de verzoeken van de Kansspelcommissie. Bewijs van de relatie tussen gokreclame en problematisch gokgedrag is er echter wel degelijk en het wordt steeds omvangrijker. Recente studies in het VK, Zweden en Spanje tonen het duidelijk aan: veelvuldige confrontatie met gokreclame zet niet alleen aan tot gokken en problematisch gokgedrag, het normaliseert gokken ook. Vooral kwetsbare groepen (zoals mensen die afkicken van een gokverslaving), adolescenten en mannen van middelbare leeftijd lopen een verhoogd risico. De clubs moeten zich bewust zijn van de spanning tussen de mooie commerciële deals die ze met gokbedrijven afsluiten en hun sociale verantwoordelijkheid. Het zou zonde zijn dat het mooie sociale werk van onze clubs – niet voor niets vaak geroemd als Europese top – deels tenietgedaan wordt door hun rol in de gokepidemie die om de hoek loert.

[https://www.standaard.be/cnt/dmf20191118\\_04723986](https://www.standaard.be/cnt/dmf20191118_04723986)

Bram Constandt