

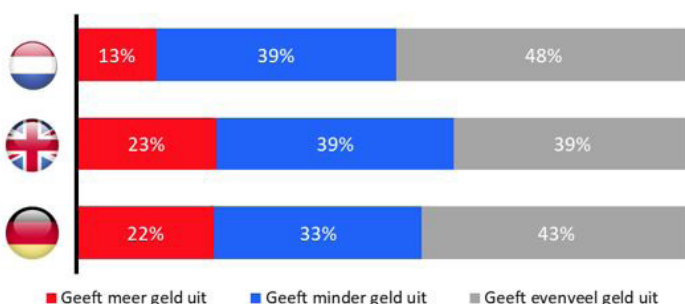
HOE GAAT DE ONLINE KANSSPELMARKT ZICH ONTWIKKELEN?

Vanaf 1 april dit jaar is het voor buitenlandse toetreders makkelijker om de Nederlandse markt voor kansspelen te betreden. Het moment is gunstig. Onderzoek van DVJ Insights wijst namelijk uit dat mensen als gevolg van corona meer online zijn gaan gokken. Meer dan de helft van de huidige spelers zijn het afgelopen jaar begonnen met het doen van online kansspelen en als belangrijkste reden wordt verveling gegeven als gevolg van corona. Het percentage mensen dat online een gokje waagt is sterk toegenomen en deze mensen kunnen straks ook nog eens gebruik maken van een veel groter aanbod in Nederland.

Het onderzoek van DVJ Insights laat ook zien dat veel van deze nieuwe toetreders al een behoorlijk sterke positie op de Nederlandse markt hebben. Zeker bedrijven als B-Win en Unibet zijn al erg bekend en voldoen aan de basisvoorwaarden voor succes (betrouwbaarheid en bekendheid). De verwachting is dan ook dat deze bedrijven in de tweede helft van het jaar kunnen profiteren van deze positie en het daarmee erg lastig maken voor Nederlandse bedrijven. Alle reden om de komende tijd deze ontwikkelingen goed te volgen en te zien wie door de nieuwe wetgeving het beste in staat is om spelers aan zich te binden.

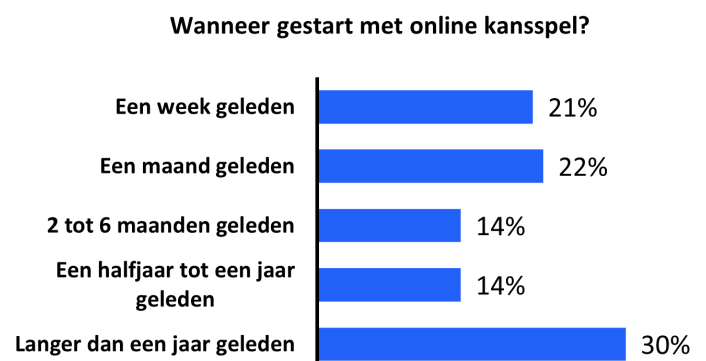
INVLOED VAN CORONA

Het afgelopen jaar heeft DVJ Insights veel onderzoek gedaan naar de veranderingen in het gedrag als gevolg van de coronacrisis. Doordat de mogelijkheden om geld uit te geven aanmerkelijk minder waren zien we ook dat mensen minder geld zijn gaan uitgeven. Onderstaande tabel laat zien dat meer dan 1/3 van alle mensen minder geld is gaan uitgeven dan voor de crisis. Rond 1/5 van alle mensen is juist meer geld gaan uitgeven. Deze toenemende uitgaven hebben vooral betrekking op uitgaven voor het huis.



Grafiek 1. Ontwikkeling uitgavenpatroon tijdens coronacrisis

We wisten al dat mensen meer zijn gaan lezen, wandelen en films en series zijn gaan kijken, maar we wilden ook weten of mensen meer online zijn gaan kansspelen. De reden hiervoor had met name te maken met de veranderende wetgeving. Vanaf 1 april is de nieuwe online kansspelwetgeving van kracht gegaan, wat betekent dat vanaf 1 oktober buitenlandse online kansspelaanbieders de Nederlander (legaal) mogen verleiden om te spelen op hun websites. In onderstaande tabel is te zien hoeveel mensen recent zijn gestart met het online spelen van kansspelen en de rol van Covid-19.



Beïnvloed door Covid-19 uitbraak?



Grafiek 2. Moment waarop gestart is met ieder online kansspel

Het gebrek aan vermaak buiten de deur heeft de hoeveelheid online kansspelen beïnvloed. Van alle spelers, is 70% in het afgelopen coronajaar gestart. Van 40% van deze nieuwe spellen zegt men te zijn beïnvloed door de coronacrisis. Een enorme toename in korte periode, vooral als men bedenkt dat dit is gebeurd zonder de benodigde marketingcommunicatie inspanning van nieuwe aanbieders die pas start per 1 oktober. Om meer inzicht te krijgen in de verdere motivaties en de mogelijke impact van deze nieuwe KOA wet heeft DVJ additioneel onderzoek gedaan onder ruim 500 Nederlandse spelers.

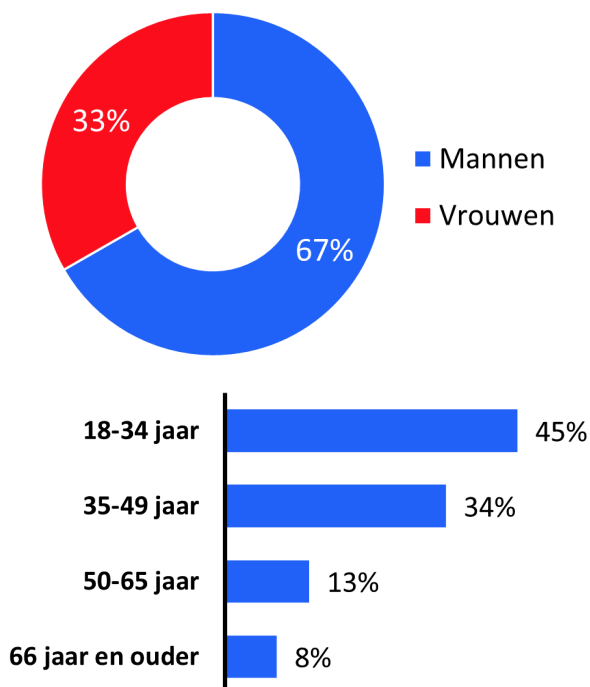
DE VERANDERENDE WET OP KANSSPELEN

De Wet Kansspelen op Afstand (KOA) gaat dit jaar in werking en daarmee verandert er met name voor buitenlandse toetreders veel. Vanaf 1 april kunnen kansspelaanbieders een vergunning aanvragen om online kansspelen in Nederland aan te bieden. Als een aanbieder aan de voorwaarden voldoet mag deze vanaf 1 oktober van start.

Op dit moment is het aanbieden van en het deelnemen aan kansspelen op afstand in Nederland niet toegestaan. Dat honderdduizenden Nederlanders via (vooral) buitenlandse aanbieders toch aan deze kansspelen meedoen komt omdat het aanbod vanuit het buitenland veel meer te bieden heeft. Daarnaast lijkt de overheid er niet in te slagen het illegale aanbod buiten de deur te houden vanwege interne politieke tegenstellingen en verschillen in internationale belangen (vooral binnen Europa). Nederland loopt hierdoor belastinginkomsten mis. Daarnaast ontbreekt het aan controle op regels om consumenten te beschermen op het gebied van onder meer overmatig spelen en verslaving. De KOA probeert voor de online aanbieders de balans te vinden tussen strenge regels voor controle met bijbehorende kosten, en voldoende vrijheid om aantrekkelijk te blijven. Want de doelstelling is dat minimaal 80% van de spelende Nederlanders ook daadwerkelijk gaat spelen bij een goed gecontroleerde online aanbieder.

WAT WORDT ER GESPEELD EN DOOR WIE?

Een meerderheid van de online kansspelers is man (67%). Daarnaast is bijna de helft tussen de 18 en 34 jaar, en nog eens een derde tussen de 35 en 49 jaar. De strijd om deze primaire doelgroep van jonge mannen aan je te binden zal intensief zijn. Een mooi voorbeeld is de recente Toto reclame (een hakkende Wesley Sneijder als Koning Toto) van de Nederlandse Loterij waarin flink wordt uitgepakt met bekende namen. Het wedden op sportwedstrijden is namelijk het meest populair onder online kansspelers, 44% heeft dit heeft in de maand voorafgaand aan het onderzoek gedaan. Gevolgd door online bingo (34%) en online fruitautomaten (32%). Minder populair zijn online poker (25%), online roulette (23%) en online blackjack (22%).



Grafiek 3 en 4. Verdeling geslacht en leeftijd onder online kansspelers

REDENEN OM TE GOKKEN

Maar wat is nu de reden voor deze groep om te gokken? Met gokken kan geld gewonnen worden, maar een (klein of groot) geldbedrag winnen is niet de belangrijkste reden om aan online kansspelen mee te doen. Doordat we al veel onderzoek gedaan hebben naar de redenen van gokken weten we dat dit uiteindelijk wel de belangrijkste reden is, maar dat mensen vaak iets anders zeggen. Voor een derde van de spelers is de spanning de belangrijkste reden. Een spel waarbij een lage inzet mogelijk is, om de risico's te beperken of langer door te kunnen spelen, is ook een belangrijke reden.



Grafiek 5. Redenen waarom men graag een bepaald online kansspel speelt (gesloten antwoord)

Indien we dit vergelijken met de reden waarom mensen meedoen aan loterijen dan zien we wel een verschil. Het opzoeken van de spanning van het spel en het onmiddellijk ervaren van winst en verlies is een belangrijk "Category Entry Point" voor deze nieuwe toetreders. We zien namelijk ook dat loterijen steeds meer proberen aan te sluiten bij deze redenen voor spelen.

IMPLICATIES

- Coronacrisis heeft meer mensen gedreven naar online gokken
- Door de veranderende wetgeving ook nog eens meer mogelijk
- De mogelijke toetreders hebben al een belangrijke positie
- Nederlandse partijen gaan het moeilijk krijgen

VERANTWOORDING ONDERZOEK DVJ INSIGHTS

Aan dit onderzoek hebben ruim 1300 mensen meegedaan, representatief op geslacht en leeftijd. Van hen doen ruim 500 mensen eens per maand of vaker mee aan een online kansspel, waarover dit onderzoek rapporteert. Op basis van deze methode van steekproeftrekking kunnen we stellen dat de uitkomsten de mening van online kansspelers representeren, zoals deze was op het moment van meten.

Veldwerkperiode:

Dit onderzoek heeft plaatsgevonden tussen 11 februari en 26 februari 2021.

Respondenten:

De kwaliteit van onze panels wordt nauwkeurig gemonitord. Respondenten die onderzoeken niet serieus invullen, worden uit het panel verwijderd, om de kwaliteit van ons panel en dus de kwaliteit van de data te kunnen garanderen. Daarnaast blijven we steeds nieuwe panelleden aantrekken om het panel nog verder uit te breiden en te blijven vernieuwen.

OVER DE AUTEURS

Edwin van Zon werkt ruim 25 jaar voor en in de kansspelindustrie. Tijdens zijn 20 jaar bij De Lotto heeft hij zich in verschillende rollen bezig gehouden met nieuwe spel- en systeemimplementaties. Zijn werkzaamheden bij De Lotto omvatten onder meer de uitwerking en oplossingen voor de nieuwe KOA wet- en regelgeving voor de nieuwe vormen organisatie: De Nederlandse Loterij (fusie Nederlandse Staatsloterij en De Lotto). Sinds 2018 werkt hij als zelfstandig consultant en houdt zich voor Abacus Solutions onder meer bezig met retail innovatie voor loterijen. De samenwerking met DVJ richt zich vooral op het gebied van onderzoek en marketing communicatie ten behoeve van de Nederlandse kansspelmarkt in brede zin.

Lily van Eeden is Research Expert bij DVJ Insights en is al een aantal jaren werkzaam als marktonderzoeker bij verschillende bureaus. Ze is breed geïnteresseerd in verschillende typen onderzoek, waaronder innovatie- en merk- en communicatieonderzoek. Hierbij vertaalt zij de uitkomsten van onderzoek door naar inzichten en aanbevelingen waarmee merken kunnen groeien.