

het verhaal



Iedereen in de greep van de gulzige sportgokindustrie

OVERNAME Na 16 van de 18 voetbalclubs in eerste klasse, kan nu ook Bpost niet weerstaan aan de lokroep van het gokgeld. Het verkoopt 170 krantenwinkels aan Golden Palace. De kritiek is groot. 'Als de politiek niet ingrijpt, dreigt straks een pandemie van gokverslaafden.'

Het pokerspelen om de snel groeiende sportmarkt is spannender dan ooit. Nabuurs gooude Golden Palace gisteren onverwacht zijn kaarten op tafel. Het gokbedrijf gaat al in en heeft een principeakkoord gesloten met Bpost om nog voor eind dit jaar dochter Ubway over te nemen, dat onder meer Press Shop en Relay in zijn bezit heeft. Het nieuws werd bevestigd in een persbericht.

Als de deal rond raakt, levert dat Golden Palace in ons land bijna 170 zeer zichtbare verkooppunten op, veelal op luchthavens en rond treinstations. Daarmee probeert het gokbedrijf zich in één klap in te kopen in het snel groeiende segment van 1.700 krantenwinkels die als nevenactiviteit sportweddenschappen aanbieden.

Schijndagbladwinkels

Volgens critici zijn dat nu al vaak eerder wedkantoren, vermoed als dagblad-handels (*DS 19 november 2019*). De aankoop door Golden Palace dreigt de discussie over die schijndagbladwinkels alleen maar maar zuurstof te geven. 'Wat ze straks ook zeggen, Golden Palace zal die winkels gebruiken om de eigen goedproducten (naast die van de Nationale Loterij, red.) in de etalage te zetten en te promoten. Daardoor komt de drempel om een gokje te wagen wel erg laag te liggen', zucht Katrien Peleman, directrice van het Vlaams centrum rond verslaving VAD, dat ook op gokverslaving werkt. Door de toenemende concurrentie in de sector is het vandaag

belangrijker dan ooit het merk onder de aandacht te brengen, en potentiële klanten rechtstreeks te benaderen.

Het gokbedrijf zelf is duidelijk beducht voor de kritiek. 'De overname kadert in ons diversificatiebeleid, aangezien sportweddenschappen in krantenwinkels eerder een bijkomstige activiteit betreffen', probeert een en mede-eigenaar Massimo Menegalli in het persbericht de discussie voorzichtiger te ontmijnen. 'Wij zijn er trouwens voorstander van om de wetgeving inzake sportweddenschappen aan te scherpen om de spelers beter te kanaliseren en te beschermen.'

'Ik betreur de keuze van Bpost om te verkopen aan de kansspelmarkt. Deze verkoop draagt niet bij tot de doelstelling van de regering om gokverslavingen aan te pakken'

Petra De Sutter
Minister bevoegd voor Bpost (Groen)

Peleman is allerminst overtuigd. 'Dit is een slechte zaak. Een meerderheid van Bpost is in handen van de Belgische staat en het gaat nu in zee met een gokbedrijf. Daarmee ondermijnt het bedrijf de federale overheid, waar er net weer werkgroepen zijn opgestart om de goksector strengere regels op te leggen. Hoe meer kantoren, hoe meer kandidaat-gokkers. Wie gaat straks de leeftijd controleren van minderjarigen die in zo'n krantenwinkel ook een gokje op een sportwedstrijd willen wagen?' De bezorgdheid wordt gevoerd door de vaststelling dat de gokindustrie in het algemeen – en sportweddenschappen in het bijzonder – het voorbije decennium in België een hoge vlucht hebben genomen. Het aantal gokkers op sportwedstrijden stijgt snel, net als de gokbedragen.

Dure sponsorcontracten

Voorop staat de voetbalwereld, waar de gokindustrie vandaag bij liefst 16 van de 18 profclubs in eerste klasse invloed heeft als sponsor (*zie inset*), vaak met dure sponsorcontracten. Prijken hun logo's niet op truitjes of broekjes, dan wel op panelen naast het veld of op banners op clubwebsites. Het vetste contract is dat van markt-leider Unibet met Club Brugge, goed voor 6 miljoen euro in twee jaar. Het is het grootste sponsorcontract in de clubgeschiedenis, drie keer meer dan wat de vorige shirtsponsor Daikin op tafel legde. Seizoensrevelatie en koploper Union is dan weer in handen van een Engelsman die via zijn bedrijf starboard miljarden verdiende via sportweddenschappen.

Alleen Beerschot en KAS Eupen weerstaan nog aan de lokroep van het gokgeld, al dan niet om religieuze redenen. In het islamitische Qatar, dat eigenaar is van Eupen, is gokken immers verboden. Beerschot is dan weer in handen van een Saoedische prins.

Het houdt de gokindustrie in ons land niet echt tegen. Met geslepen marketingtechnieken en steeds grotere reclamebudgetten slagen gokkreuzen erin om honderdduizenden Belgen te verleiden tot gokken op sportwedstrijden. Niet alleen door de reclame op het veld en op tv (Wesley Sonck was zelfs een tijdje zowel Sporza-analist als

het gezicht van gokbedrijf Circus), maar ook naast het veld. Het gebeurt via de website van de voetbalclubs, de sociale media-accounts, op de tickets en in de registratiemails. Vaak met succes tijdens het WK in 2018 kwamen er 150.000 nieuwe gokkers bij, tijdens de play-offs van 2019 in België waren er 140.000 nieuwelingen, en het voorbije EK van 2021 was nog eens goed voor 36.000 goklustigen extra. Meestal zijn het mannen tussen de 20 en de 40 jaar.

Hip en verslaving

Voor elke match in de Jupiler Pro League worden per goksite tot 150 weddenschappen aangeboden. De kers op de taart is het zeer veelzijdige *live betting* gokken tijdens de wedstrijd zelf. Vroeger kon je als gokker vooraf inzetten op het eindresultaat, en dat was dat, verduidelijkt Bram Constandt, post-doctoraal onderzoeker sportmanagement aan de UGent. 'Nu wordt de voetbal fan 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*. Zo houdt het gokbedrijf de hele tijd de aandacht van de gokker vast.' Resultaat? Meer adrenaline en 'een betere gokbeleving'. Lees: hogere inzetten.

Volgens Constandt is er vooral door de opkomst van smartphones en het internet 'een nieuwe generatie fans' ontstaan. Een generatie die gelooft dat gokken op sport 'hip' is en dat je op een match moet wedden om ervan te kunnen genieten. De enige drempel is de pincode van hun mobiele telefoon. 'Ze zijn vaak alleen nog bezig met hun inzetten, ze praten niet meer over mooie acties op het veld'.

Dat houdt risico's in. Het gevaarlijke bij sportgokken is volgens Constandt dat eventuele winst niet toevallig lijkt. Wie po-



© belga/ ds beeldmontage

'Men houdt ons steevast voor dat gokreclame niet verboden mag worden, omdat de gokkers anders verdwijnen in het illegale gokcircuit. Maar geen enkele studie bewijst dat'

Bram Constandt
Onderzoeker UGent

Sportgokkantoren nemen profvoetbal in houdgreep

HOOFDSPONSORS (7): (in het groot op shirt)

- Cercle Brugge: Napoleon Sports & Casino
- Charleroi: Unibet
- Club Brugge: Unibet
- KV Oostende: Casino Oostende
- Seraing: Star Casino
- Union: Lotto
- Zulte Waregem: Napoleon Sports & Casino

BORSTSPONSORS (2):

- Antwerp: Golden Palace (grootste sponsor na Ghelamco)
- KV Kortrijk: Golden Palace (tweede sponsor)

RUGSPONSORS (4):

- AA Gent: Napoleon Sports & Casino
- OHL: Star Casino
- STVV: Star Casino
- Standard Luik: Circus

BROEKSPONSOR (1)

- KV Mechelen: Golden Palace

STADIONSPONSORS (2):

- Anderlecht: Lotto Arena
- RC Genk: Betfirst

GEEN GOKSPONSOR (2):

- Beerschot
- Eupen

SPONSOR BEKERCOMPETITIE:

- Betway (nevensponsor, hoofdsponsor is Croky)

SPONSOR PRO LEAGUE:

- Bwin

ker of roulette speelt in een casino, weet in principe instinctief dat hij geluk nodig heeft. Bij sportweddenschappen is er de illusie dat het succes min of meer samenhangt met kennis over de sport. Daar speelt de reclame handig op in. Dat is gevaarlijk, zeggen critici, want zo kun je sneller een gokverslaving ontwikkelen.

Om dat risico in te perken, stelde de Kansspelcommissie een aantal regels op. Zo moeten spelers zich registreren met hun rijksregisternummer, zodat minderjarigen geen weddenschappen kunnen plaatsen. Ook is er een wettelijke weeklimiet voor de ingezette bedragen per speler. Zelfs voor de weldenschappen in de dagbladhandel is er volgens woordvoerder Marjolijn De Paep van de Kansspelcommissie een nieuw koninklijk besluit in de maak.

Dat zou de problematiek van de valse krantenwinkels moeten oplossen, maar UGent-onderzoeker Constandt is niet onder de indruk. Niet alleen heeft de Kansspelcommissie een moeilijke periode achter de rug met ontslagen en gerecht-

lijke procedures (*DS 15 september 2021*), hij twijfelt er ook aan of het uitgangspunt van de commissie wetenschappelijk wel opgaat. 'Men houdt ons steevast voor dat reclame voor legale sportgokkantoren niet verboden mag worden, omdat de gokkers anders verdwijnen in het illegale gokcircuit. Maar geen enkele studie bewijst dat. Integendeel, na Italië verbood ook Spanje wedkantoren om na dit seizoen nog bij voetbalclubs te adverteren. Ook Engeland werkt aan zo'n verbod.'

Ontwrikte gezinnen

Constandt vindt dan ook dat de overheid moet ingrijpen. 'Gokken is potentieel verslaving. Hoe meer reclame en hoe meer aanbieders, hoe meer de maatschappij geconfronteerd zal worden met negatieve effecten, gaande van ontwrikte gezinnen tot zelfdodingen. Als de politiek niet ingrijpt, dreigt er straks een pandemie van gokverslaafden.'

De federale minister van Overheidsbedrijven, Petra De Sutter (Groen), zat duidelijk wat gewrongen met het dossier: 'Bpost is een autonoom overheidsbedrijf en dit werd beslist door hun raad van bestuur, maar dat neemt niet weg dat het vanuit ethisch oogpunt een beslissing is die wrang smaakt. Ik betreur de keuze van Bpost om te verkopen aan de kansspelmarkt. Deze verkoop draagt niet bij tot de doelstelling van de regering om gokverslavingen aan te pakken.' De minister beloofde dat de regering de wetgeving rond kansspelen zal evalueren en 'indien nodig' zal bijsturen.

Nico Tanghe