

Gedragbeïnvloeding op online kansspelplatformen

26 augustus 2025
In opdracht van de Kansspelautoriteit

Introductie

Deze rapportage bevat het verslag van het project Gedragsbeïnvloeding op online kansspelplatformen, dat is uitgevoerd in opdracht van de Kansspelautoriteit tussen september 2024 en februari 2025 door **Behavioural Insights Nederland**.

Met dit onderzoek wil de Kansspelautoriteit in beeld krijgen **welke vormen van gedragsbeïnvloeding** op dit moment in de inrichting van online kansspelplatformen aanwijsbaar zijn. Meer specifiek is de vraag welke (positieve en/of negatieve) manieren van gedragsbeïnvloeding in het ontwerp van de platforms van online kansspelaanbieders zijn opgenomen, hoe die te classificeren zijn en wat het mogelijke effect ervan is op het speelgedrag.

De wens van de Kansspelautoriteit is om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen van alle legale online kansspelplatformen en de aanwijsbare vormen van gedragsbeïnvloeding bij de verschillende spellen.

Het document bestaat uit een samenvatting van de werkwijze, het beoordelingskader en de bevindingen op de platformen en spellen. De meest voorkomende vormen van sturing worden apart toegelicht en met een heat map wordt inzichtelijk gemaakt waar in de user journey die zich bevinden.

De conclusie omvat de mogelijke impact en werking, de daarbij relevante referenties en juridische handvatten voor toezicht.

De aparte **bijlages** bevatten daarnaast

- Vragenlijst obv beoordelingskader
- Het beeldmateriaal (screenshots & video) per aanbieder
- Overzicht met de aangetroffen vormen van sturing per fase. Deze excel bevat filters per aanbieder, fase, sturingsmechanisme

Inhoud

Vraagstelling en werkwijze

Literatuur en beoordelingskader

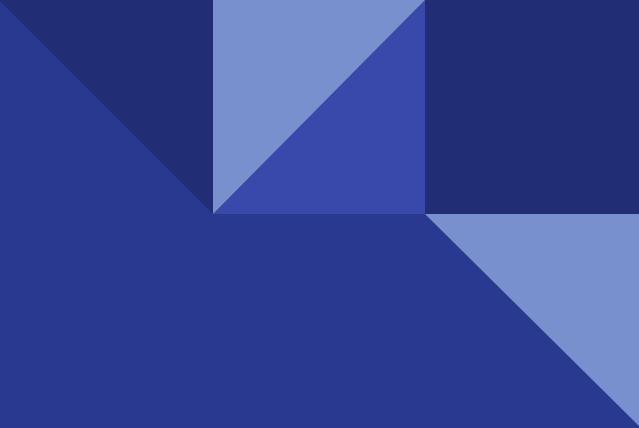
Sturingsvormen, handhaafbaarheid, ontwerpkenmerken

Resultaten van de observaties: sturingsmechanismen in user journey

- Per registratiefase
- Per speltype

Conclusie en aanbevelingen

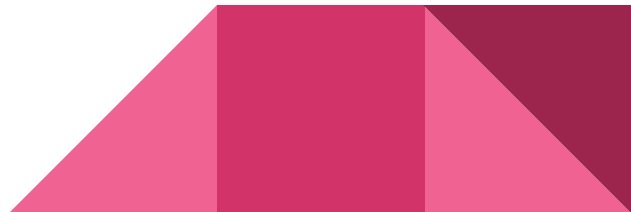




Vraagstelling en aanpak

Vraagstelling en aanpak

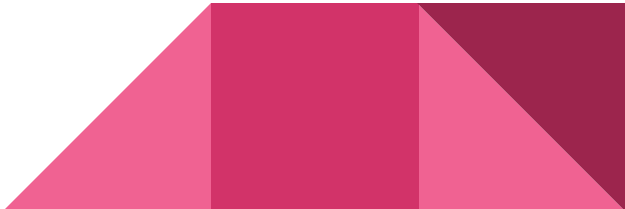
1. **Op welke manieren kan de vormgeving van online platforms van kansspelaanbieders het gedrag van spelers positief of negatief beïnvloeden?**
 - a. Inventarisatie relevante sturingsvormen uit literatuur; overzicht patronen, werking, verwachte effecten en link met relevante wetgeving; uitwerking *user journey*; vaststelling te beoordelen aanbieders, spellen en medium
 - b. Vertaling van dit overzicht naar beoordelingskader en werkinstructie
 - c. Pilot met beoordelingskader en werkinstructie bij een aanbieder; training van zes observatoren
2. **Welke vormen van gedragsbeïnvloeding - zowel positief als negatief - zijn aanwezig per online kansspelplatform?**
 - a. Vastlegging van aangetroffen patronen in (deels bewegend) beeld en beschrijving
 - b. Beoordeling aanwezigheid sturingselementen in kansspelomgeving en niet-kansspelomgeving, per aanbieder/spel door 2 observatoren en 1 senior onderzoeker
 - c. Rapportage per kansspelplatform, met heat maps van veelgeobserveerde patronen



Achtergrond

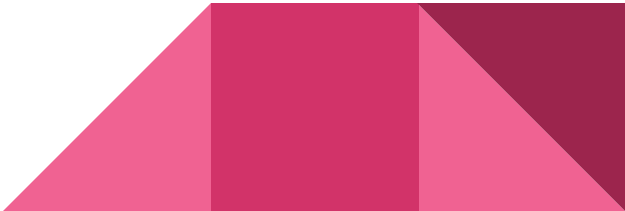
De invloed van de beslisomgeving op de keuzes van consument krijg steeds meer aandacht van toezichthouders en wetgevers, zowel in binnen- als buitenland, en in verschillende toezichtdomeinen (financieel toezicht, consumentenbescherming, privacy). Vooral negatieve toepassingen van gedragsbeïnvloeding - in het bijzonder dark patterns - krijgen veel aandacht. **Dark patterns** zijn ontwerppatronen die gebruikers sturen, bedriegen, manipuleren of dwingen tot gedrag dat niet in hun eigen belang is, maar wel in het belang van de onderneming. Dark patterns worden vooral ingezet om consumenten zo veel mogelijk **data, geld en aandacht** te ontfutselen. Het gebruik van dark patterns wordt ook wel *deceptive* of *harmful design* genoemd.

Gedragsbeïnvloeding en beslisomgeving zijn in principe **neutrale termen**, en sturing kan ook in het belang van consumenten zijn. Een onderneming kan een beslisomgeving inrichten met het doel om consumenten zoveel mogelijk geld af te troggelen, maar kan dezelfde ontwerptechnieken ook gebruiken om mensen te helpen weloverwogen keuzes te maken, of om kwetsbare groepen extra te beschermen. In dat geval spreken we niet over dark patterns, maar over **bright patterns**. Sommige toezichthouders (AFM, CMA) gebruiken daarom de neutrale term **online keuzearchitectuur** in plaats van (dark of bright) patterns.



Focus op relevante gedragingen

Op basis van een inventarisatie van de wetenschappelijke en toegepaste literatuur (onder meer over dark patterns, verslavende online interfaces, gaming en gokken, zie Referenties) brachten we in kaart welk gedrag wel in het belang van ondernemingen is, maar niet in het belang van spelers.

- Spelers stimuleren **meer geld** te besteden dan ze van plan zijn, of kunnen missen;
 - Spelers stimuleren **meer tijd** te besteden dan ze van plan zijn, of kunnen missen (eenmalig);
 - Het stimuleren van **onjuiste cognities** over kansspelen (vertekende winkansen, de illusie van controle);
 - Het stimuleren van **gewoontegedrag/conditionering** (door herhaling)
 - Onvoldoende weloverwogen keuzes stimuleren over het gebruik van **persoonsgegevens**.
- 

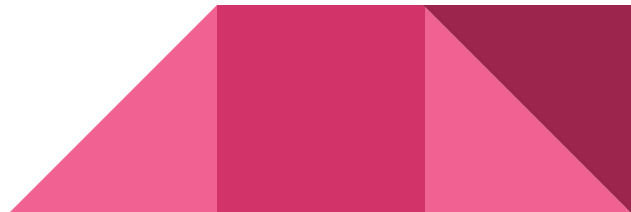
Selectie van relevante ontwerpelementen

Op basis van een literatuurstudie hebben we relevante ontwerpelementen geïnventariseerd en een test gedaan met een registratie bij een platform. Dit leverde een lijst op van **ontwerpelementen** die sturen in de richting van de relevante gedragingen. We hebben deze lijst geoperationaliseerd tot een vragenlijst op basis van

- de verwachte **impact** op gedrag
- de mate waarin bepaalde ontwerpelementen **aanwezig** bleken in eerdere studies van websites en online platforms
- de **handhaafbaarheid** vanuit toezicht-perspectief (op basis van eerdere acties door collega-toezichthouders uit binnen- en buitenland).

De categorisering van ontwerpelementen krijgt in de literatuur heel veel aandacht, maar is in de (toezicht)praktijk minder nuttig. Ontwerpelementen zijn namelijk niet altijd eenvoudig van elkaar te onderscheiden. De winsten van andere spelers laten zien is bijvoorbeeld een vorm van *social proof*, maar ook van onevenwichtige informatie (want de verliezen worden niet getoond).

Ook om te bepalen of een ontwerpelement een overtreding is, is dit analyseniveau minder nuttig. Soms kwalificeert onevenwichtige informatie namelijk als misleiding, soms is het een (juridisch) acceptabele vorm van marketing. Daarom focussen we in dit rapport ofwel op het specifieke ontwerpelement (een bepaalde knop, een bepaalde drempel), of op het gedrag dat wordt beïnvloed (probeert de aanbieder hier onjuiste cognities te stimuleren?).

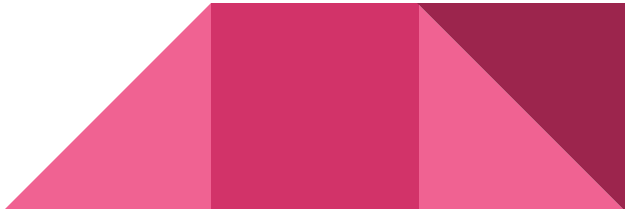


Toezicht op risicovolle ontwerpelementen

Diverse toezichthouders in binnen- en buitenland hebben ervaring met interventies m.b.t. risicovolle ontwerpelementen. Het gaan dan wel om een beperkt aantal (relatief) eenvoudig te identificeren ontwerpelementen. Bijvoorbeeld **asymmetrische informatie** bij cookie banners, of aantoonbaar verkeerde informatie (bijvoorbeeld over de beperkte geldigheid van aanbiedingen, of het tonen van **nep-reviews**).

Toezicht vindt dan plaats op basis van bepalingen uit de Algemene verordening gegevensbescherming (Avg), de ePrivacy Verordening of de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc). Of alle nieuwe regels (DSA, AI Act, DMA) toezicht makkelijker maken is nog onduidelijk.

Toezicht op de zorgplicht is complexer. Sturing door aanbieders richting verslavend herhalingsgedrag is moeilijk aan te tonen: in plaats van om een enkel ontwerpelement gaat het om een stapeling van handelingen. De casus rond Meta ([Meta, 2024](#)) is een voorbeeld van hoe de DSA wordt ingezet. Op basis van bestaande regelgeving is dus al interpretatie mogelijk, maar de precieze reikwijdte vergt nadere juridische analyse en is grotendeels nog niet ontgonnen.



Toezicht op risicovolle ontwerpelementen

- Spel is gericht op een **kwetsbare doelgroep**
- Aflopende timers die niet kloppen (**misleidend**)
- **Kinderen** worden rechtstreeks aangezet tot **aankopen** (zwarte lijst-bepaling)
- **Kinderen** krijgen een onduidelijk **aanbod** onder tijdsdruk (in strijd met vereisten van professionele toewijding)
- Alles wat gericht is op **habit formation** (gewoontevorming)

Habit formation is een belangrijke stap in modellen voor het ontstaan van verslaving (Ferrari et al (2022)).

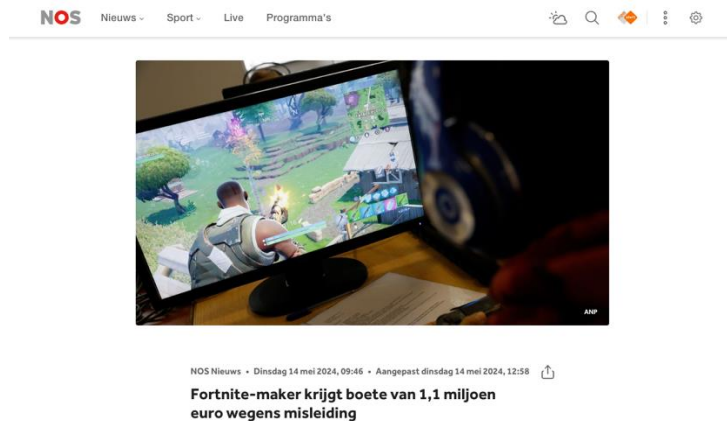
Sturing richting habit formation:

- Visuele / auditieve cues
- 'inflatie' van cues, doordat verlies als winst wordt gepresenteerd
- Grootschalig inzetten op herhaling:
 - Toernooien, bonussen
 - Frequentie emails
 - Herhalen van inzet is makkelijk
 - Snel doorspelen wordt uitgelokt

Voorbeeld van toezicht op stapeling ontwerpelementen

Ontwerpelementen zijn niet eenduidig handhaafbaar, maar worden wel ingezet bij toezicht. Als voorbeeld van het type handhaafbaarheid waar bij het samenstellen van de lijst rekening mee gehouden werd noemen we hier de belangrijke punten uit het boetebesluit Fortnite (2024). Hier werd een dossier opgebouwd op basis van kwetsbaarheid van de doelgroep in combinatie met misleiding en het product. Epic heeft bij de rechtbank Rotterdam beroep ingesteld tegen de beslissing op bezwaar.

- Fortnite is gericht op een kwetsbare doelgroep (in dit geval kinderen)
- Het spel toont aflopende timers die niet kloppen, dit is misleiding)
- Kinderen worden rechtstreeks aangezet tot het doen van aankopen (overtreden van een zwarte lijst-bepaling)
- Kinderen krijgen onder tijdsdruk een onduidelijk aanbod gepresenteerd (in strijd met de vereisten van professionele toewijding)



Categorisatie van ontwerpelementen

Hoewel categorieën dus deels kunnen overlappen, zijn de **ontwerpelementen** uit de longlist grofweg in te delen in de onderstaande categorieën. Deze categorieën noemen we sturingsvormen.

- Onevenwichtige informatie ● bepaalde relevante informatie niet, of minder prominent weergeven dan andere informatie
- Valse hiërarchie ● bepaalde keuze-opties nadruk geven door visuele kenmerken
- Pre-selectie ● bepaalde keuzeopties alvast selecteren, of bepaalde velden alvast invullen
- Frictie ● bepaald gedrag moeilijk, of juist heel makkelijk maken
- Urgentie ● een gevoel van urgentie creëren, waardoor je snelle, minder weloverwogen beslissingen stimuleert
- Social proof ● informatie laten zien over het gedrag van anderen, in de hoop dat spelers dit gedrag gaan imiteren
- Gewoontegedrag ● Sturen op verslaving/gewoontegedrag: het aanmoedigen van verslaving en/of gewoontegedrag



Voorbeelden van ontwerpelementen per categorie

Voorbeelden van ontwerpelementen per sturingsvorm, zoals die in de vragenlijst zijn opgenomen (niet uitputtend):

Onevenwichtige informatie

De kans op positieve uitkomsten benadrukken
De indruk wekken dat je met bepaalde strategieën je winkansen vergroot
Informatie over kosten verbergen
Verliezen presenteren als winst

Valse hiërarchie

Een groene "Accepteer alle cookies"-knop, andere opties verstoppen in lange teksten
Bepaalde spellen uitlichten door plaatsing op de pagina

Pre-selectie

Een voorgevulde inzet
Vooraf aangevinkte hokjes over de notificaties die een onderneming je wil sturen

Frictie

Drempels bij het opnemen van je saldo
Contact moeten opnemen met de klantenservice om je account te sluiten
Een knop waarmee je met 1 klik je inzet uit de vorige speelronde kunt herhalen

Urgentie

Aftel-timers
Toernooien met een beperkte looptijd

Social proof

Claims over de populariteit van bepaalde spellen
Review-scores
Laten zien hoeveel andere spelers zijn ingelogd
Winsten van andere spelers laten zien

Gewoontegedrag

Klassieke conditionering door middel van geluidseffecten en visuele effecten bij winst (en bij een verlies vermoed als een winst);
Inzetten op herhaling van inzetten
Door middel van een 1-klik "herhaal je inzet"-optie;
Door beloningen te koppelen aan grote aantallen spins

Operationalisatie van ontwerpcategorieën naar vragenlijst

De onderzoekers hebben deze categorieën voor iedere fase in de user journey vertaald naar concrete vragen over de omgeving. Dit zijn vaak combinaties van tekstuele en visuele ontwerpelementen die spelers een bepaalde richting op sturen. Bijvoorbeeld:

Sturing naar hoge limieten door valse hiërarchie en preselectie:

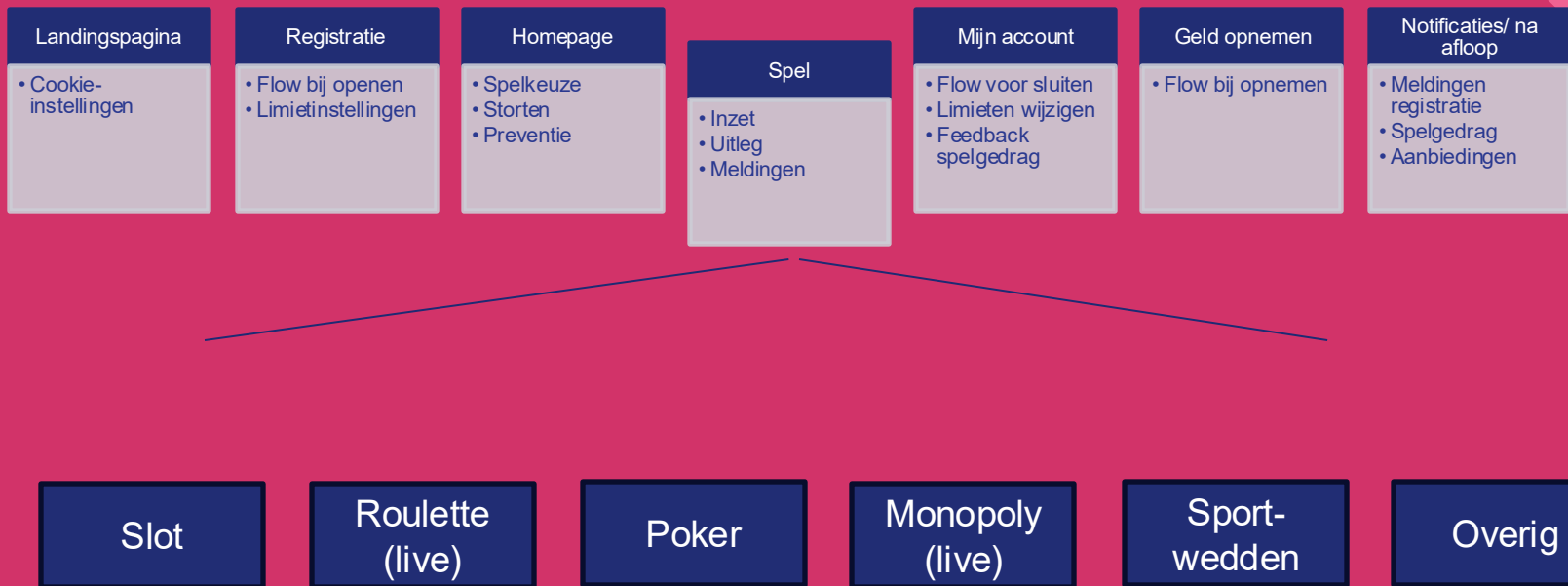
Is er sprake van voorbeeldbedragen?

Zo ja:

- in een drop-down menu
- door middel van meerkeuzeopties
- door middel van tekst
- door middel van knoppen

Wat is het laagste voorbeeldbedrag? Wat het hoogste?

User journey



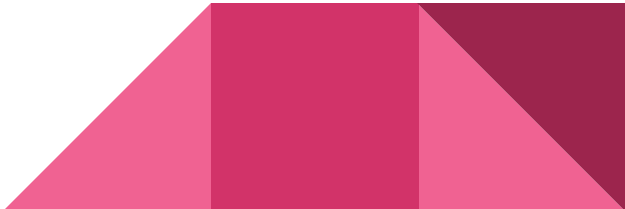
Werkwijze van observatoren

Op basis van de literatuur en de bevindingen tijdens de pilot hebben we het **beoordelingskader** per fase van de user journey opgesteld in Microsoft Forms. Dit omvat niet iedere denkbare vorm van sturing, maar een selectie van impactvolle, zichtbare en veelvoorkomende elementen per fase.

Die ontwerpelementen hebben we vervolgens vertaald naar twee **vragenlijsten** voor de observatoren. Een vragenlijst betrof de landingspagina, het registratieproces, de homepage, het storten en opnemen van geld, en informatie over het sluiten van accounts en de notificaties buiten het spel. De tweede vragenlijst betrof de verschillende spelomgevingen.

Het **observatieteam** bestond uit 4 medewerkers van de Ksa, aangevuld met 2 observatoren van BI met een gedragswetenschappelijke achtergrond. Het team heeft een korte training gekregen over gedragsinzichten, ontwerpelementen en de gedragscontext van kansspelen.

Na de training zijn de vragenlijsten getest in een **pilot** met de observatoren, en op basis van hun feedback zijn de vragenlijsten definitief gemaakt.



Selectie van platformen en spellen

Op basis van wensen van de Ksa hebben we een afgewogen set van platformen en spellen geselecteerd.

De keuze voor platform (app, mobiele site of desktop) is gemaakt op basis van input van de Ksa, populariteit en spreiding.

Spellen zijn geselecteerd op basis van onderstaande criteria:

- Wensen van Ksa
- Variatie in type spel (poker, sportweddenschap, casino, ...)
- Populariteit
- Variatie in platform (online/in app)
- Pushfactor (mate waarin de speler in de richting van dat spel wordt gepushed door bonussen of presentatie)

Vastlegging en observaties

Vastlegging

Vastlegging van 21 platformen en 35 spellen vond plaats tussen 25 September 2024 en 20 februari 2025. De vastleggers speelden onder eigen naam en met een voor dit onderzoek geopende persoonlijke rekening.

ID, moment, IP-adres, aantekeningen en opvallendheden werden in het logboek vastgelegd.

De videos en beelden zijn ge-edit en zonder persoonskenmerken aan de observatoren ter beschikking gesteld.

Observaties

De opnames zijn door 2 observatoren bekeken. Vervolgens zijn eventuele verschillen en opvallendheden in de ingevulde vragenlijsten door de senior onderzoekers bekeken.

Dit leidde tot een overzicht van welke sturingsmechanismen per fase van de user journey en per speltype meer of minder vaak aanwezig zijn.



Resultaten

Resultaten: naar welke gedragingen wordt het meest gestuurd?

Dark patterns:

Meer tijd inzetten

Sturing op hoge limieten

Belemmeringen voor stoppen spel

Moeilijk uitschrijven

Illusie van controle

Meer geld inzetten

Sturing op hoge limieten

Virtueel geld

Verlies verpakt als winst

Makkelijk hoog inzetten

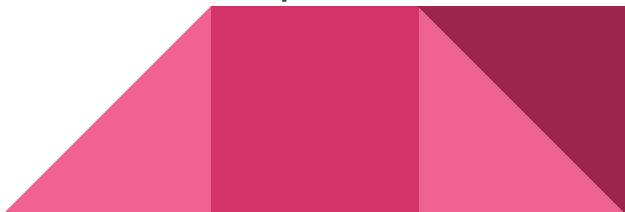
Vaak verleiden tot hoge stortingen

Gewoontes vormen

Live spel: heel persoonlijk

Bonusaanbiedingen in mail

Bonussen met als eis 'variatie in spellen'



Positieve ontwerpelementen (bright patterns)

We zien ook elementen die ontworpen zijn om spelers richting veilig speelgedrag te sturen. De meestvoorkomende zijn feedback op spelgedrag, mogelijkheden tot pauzeren en preventieve teksten en testen. (De opzichtigheid en frequentie ervan staat in geen verhouding tot de dark patterns op de pagina's hiervoor.)

UITSLUITEN BONUSSEN

 Ik wil bonussen 



Via bovenstaande keuze is het mogelijk om je bonusvoorkeur* aan te geven en te wijzigen. Als je aangeeft dat je niet langer bonussen wil ontvangen, dan:

- zullen er geen bonussen meer zichtbaar zijn in je bonusomgeving op je profiel;
- kan je geen bonussen meer claimen in je bonusomgeving;
- zal je geen communicatie over bonussen meer ontvangen.
- zal je geen reclame meer ontvangen in 

*Als je jonger bent dan 24, kom je niet in aanmerking voor bonussen.

SPEELGEDRAG

Vraag 3/9 

Heb je wel eens geprobeerd om je verlies de volgende dag terug te winnen?



Nooit



Soms



Meestal



Altijd

TERUG

VOLGENDE VRAAG

Resultaten: Meest gebruikte sturingsvormen *per fase*

	Landings- pagina	Regis- tratie	Home- page	Spel- omgeving	Account/ opnemen	Sluiten / Notificaties
Onevenwichtige info						
Valse hiërarchie						
Preselectie						
Frictie						
Urgentie						
Social proof						
Gewoontegedrag						

Legenda: Niet; Zelden; Soms; Vaak

Resultaten *per speltype*: Veelvoorkomende sturing

Mechanisme	Sturing	Gedraging	Totaal	Fruit	Roulette / RvF	Mono-poly	Sport-wedden	Poker
Vooringevulde inzet	Preselect	Herhaling						
Verdubbelen met 1 klik	Onevenwichtig	Herhaling						
Virtueel geld	Onevenwichtig	Cognitie / geld						
Info andere spelers	Sociaal / onevenwichtig	Herhaling						
Verlies verpakt als winst	Onevenwichtig	Geld						
RTP niet zichtbaar	Onevenwichtig	Cognitie						
Illusion of control	Onevenwichtig	Cognitie						
Winsten zichtbaarder dan verlies	Onevenwichtig	Geld						
Frictie bij verlaten	Frictie	Tijd						

Legenda: Niet; Zelden; Soms; Vaak

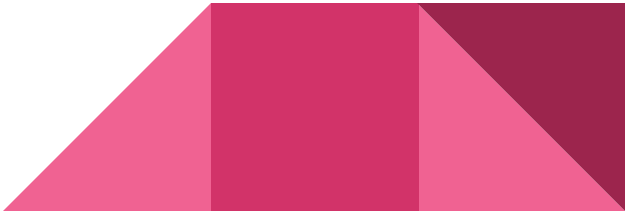


Landingspagina

Overzicht sturingsmechanismes landingspagina

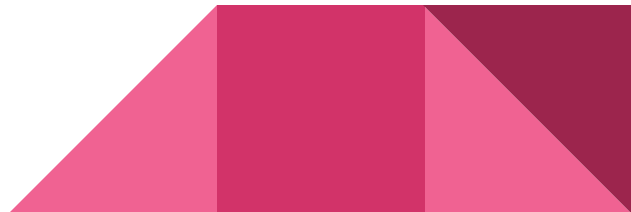
	Prevalentie	Impact
Cookies	Mid	Laag
Testimonials	Laag	Laag
Bonussen	Mid	Mid
Bright patterns	Laag	Laag

Legenda: Laag; Mid; Hoog



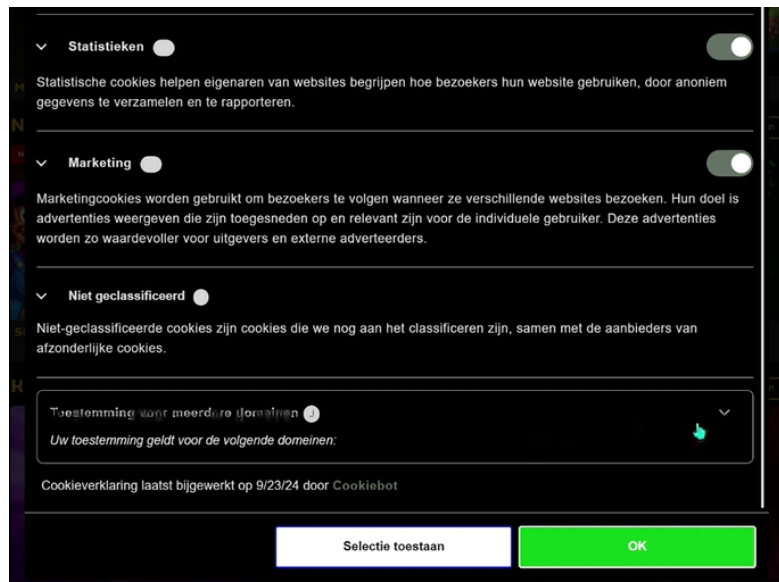
Landingspagina: Cookies/privacy

- Bij bijna alle aanbieders wordt er misleidend gestuurd richting acceptatie
- Bij een wordt toestemming afgedwongen, geen toegang zonder acceptatie
- Vooral sturing door vormgeving en door inspanning
- Daarnaast door taalgebruik en pre-selectie (zie voorbeeld screenshot)
- Vaak wordt toestemming voor Algemene Voorwaarden gemengd met privacy-verklaring



Voorbeelden cookie-opties: screenshots

Sturing door preselectie



A screenshot of a Cookiebot consent banner. It features three categories of cookies, each with a dropdown arrow, a radio button, and a toggle switch. The 'Statistieken' (Statistics) category is selected with a radio button and has its toggle switch turned on. The 'Marketing' category is also selected with a radio button and has its toggle switch turned on. The 'Niet geclassificeerd' (Not classified) category is selected with a radio button and has its toggle switch turned off. Below these categories, there is a section for 'Toestemming voor meerdere domeinen' (Consent for multiple domains) with a dropdown arrow and a green checkmark icon. At the bottom, there are two buttons: 'Selectie toestaan' (Allow selection) and 'OK'.

▼ Statistieken ☒ ☒

Statistische cookies helpen eigenaren van websites begrijpen hoe bezoekers hun website gebruiken, door anoniem gegevens te verzamelen en te rapporteren.

▼ Marketing ☒ ☒

Marketingcookies worden gebruikt om bezoekers te volgen wanneer ze verschillende websites bezoeken. Hun doel is advertenties weergeven die zijn toegesneden op en relevant zijn voor de individuele gebruiker. Deze advertenties worden zo waardevoller voor uitgevers en externe adverteerders.

▼ Niet geclassificeerd ☒ ☐

Niet-geclassificeerde cookies zijn cookies die we nog aan het classificeren zijn, samen met de aanbieders van afzonderlijke cookies.

Toestemming voor meerdere domeinen ☒ ▼

Uw toestemming geldt voor de volgende domeinen:

Cookieverklaring laatst bijgewerkt op 9/23/24 door Cookiebot

Selectie toestaan OK

Algemene Voorwaarden – Privacy



A screenshot of a registration form. It features two sections, each with a radio button and a toggle switch. The first section is for 'Algemene Voorwaarden' (General Terms and Conditions) and is preselected with a radio button and has its toggle switch turned on. The second section is for 'Privacy' and is also preselected with a radio button and has its toggle switch turned on. Below these sections, there is a large red button labeled 'Registreer' (Register).

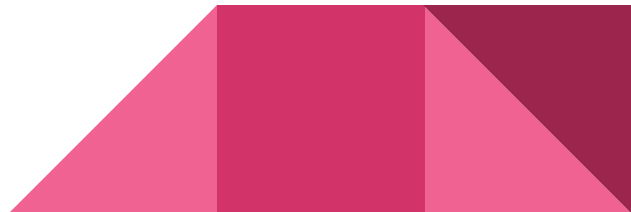
☒ ☒ Ik verklaar dat ik ouder dan 18 jaar ben. Ik heb de algemene voorwaarden, het reglement, het privacybeleid en de regels van verantwoord spelen gelezen en geaccepteerd.

☒ ☒ Ik ga akkoord om speciale promoties en informatie te ontvangen van [redacted]

Registreer

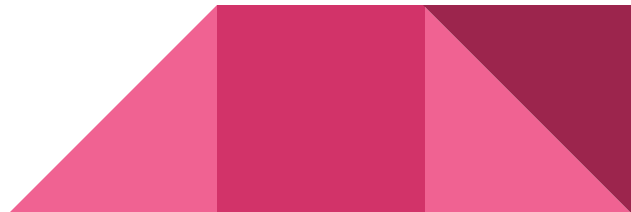
Social proof: Testimonials / reviews

- Relatief weinig advertenties met reviews
- Sommige aanbieders doen claims over Trustpilot-reviews
- Bij sommige bestaan klachten over fake reviews online
- Een aanbieder gebruikt informatie op de homepage over het aantal spelers online en gewonnen prijzen; in spellen veel vaker *social proof* (over winsten andere spelers - nooit over de verliezen)



Landingspagina - overig

- Testimonials claims (sociale invloed): veel social proof – onduidelijk of de claims op waarheid gebaseerd zijn
- Veel aanbiedingen met beperkte geldigheid; geen countdown timers
- Veel suggestie van controle: “Speel slimmer!” “Gewoon op zoek naar dat tikkeltje meer” “Bepaal je strategie, klim op in het klassement!”
- Een klein aantal bright patterns, informatie over verantwoord spelen



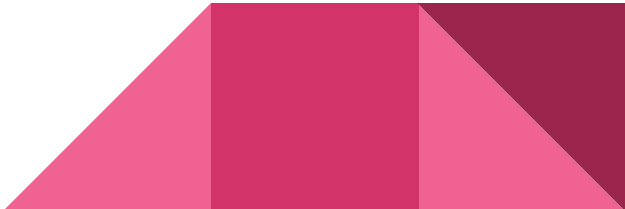


Registratie

Overzicht sturingsmechanismes registratie

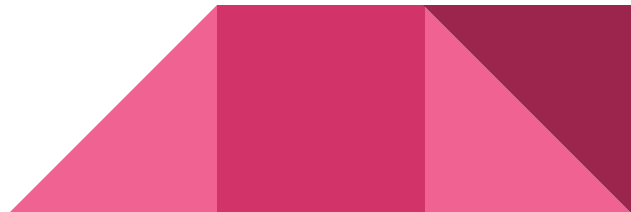
	Prevalentie	Impact van handhaving
Notificaties		
Preselectie/ hierarchie op limieten		

Legenda: Laag; Mid; Hoog



Registratie - notificaties

- Er wordt stevig gestuurd op notificaties accepteren; in de praktijk volgt er vooral email, weinig sms.
- Soms is het preselectie, oftewel een vantevoren ingevulde optie. De impact van deze vorm van sturing op gedrag wordt vaak onderschat, maar is erg groot: defaults worden bijna altijd geaccepteerd.
- Soms is het zelfs 'opt-out' (zie screenshot)



Screenshots



☐ We houden je graag op de hoogte als er nieuwe produkt of marketing ontwikkelingen plaatsvinden. Als je onze elektronische marketing berichtjes onnodig vindt, vink dan de checkbox aan.

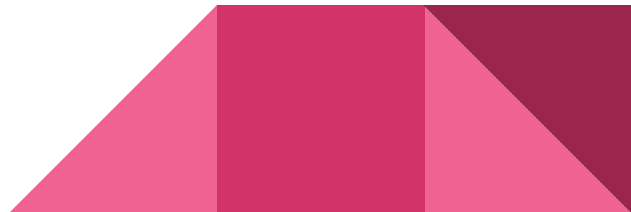
☐ Ik heb de [Algemene voorwaarden](#) gelezen en aanvaard.*

Doorgaan

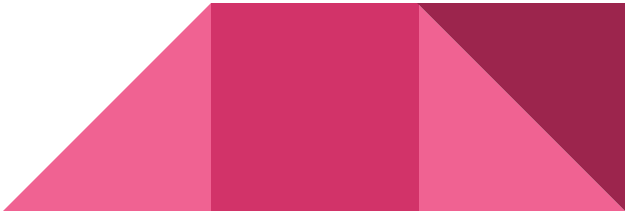
Opt-out (check de box als NIET) -

Registraties - limieten

- De registratie is vaak lastig, je wordt heen en weer gestuurd tussen devices/apps/websites, van IDin naar documenten uploaden; veel frictie
- Van alle onderzochte objecten hanteert vrijwel elke aanbieder onduidelijke tijdslimieten. Slechts een heeft een direct duidelijke minimale tijdslimiet
- Veel sturing richting daglimiet; vaak minimum 1 uur
- Veel reclame voor bonussen tijdens registratieproces (60%)
- Vaak worden er op het registratiescherm (of tijdens de storting, zie screenshots daar) opties voor welkomstbonussen aangeboden; storten kan vaak direct tijdens bankrekening –verificatie

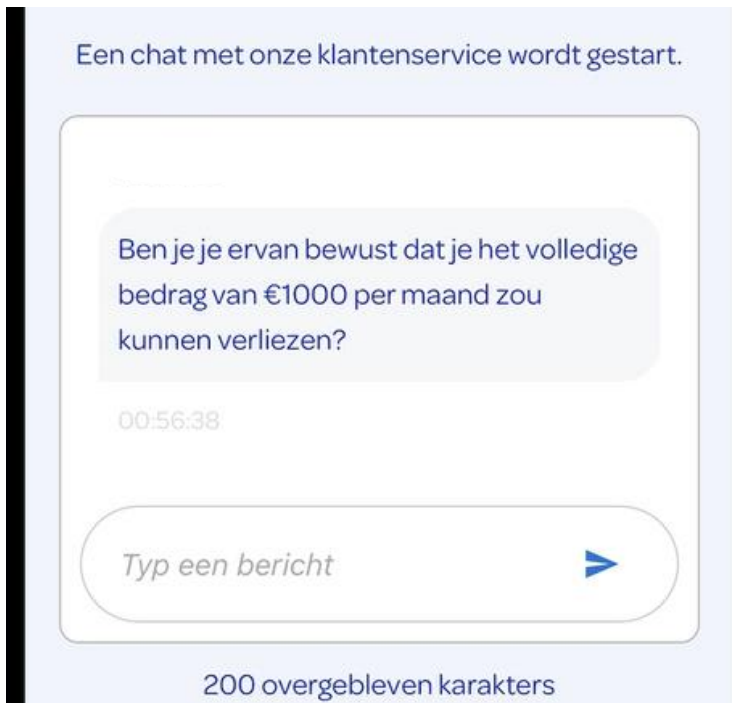


Registraties - limieten

- We zien in de observaties opvallend veel sturing rond limieten
 - Er worden frapperend gemakkelijke manieren aangeboden om limieten te omzeilen:
 - 3 vragen in een chatfunctie (zie screenshot)
 - 1x 'ja' sturen via whatsapp
 - Ook wordt hier vaak gestuurd met voorbeeldbedragen
 - De ingestelde limiet wordt bij de meeste van de observaties niet getoond tijdens het stortingsproces
 - Dit suggereert dat de limieten behoorlijk veel impact hebben, wat aanbieders proberen te minimaliseren
- 

Voorbeeld van omzeiling limiet

3 x ja intikken in chatvenster, duur: 3 seconden



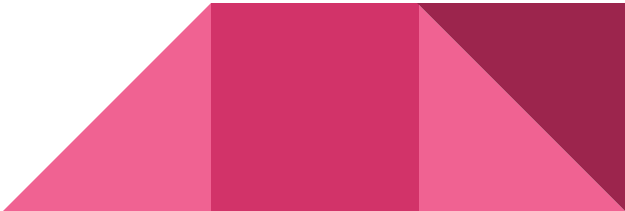


Homepage

Overzicht sturingsmechanismes Homepage

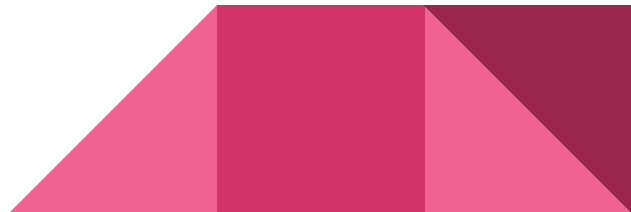
	Prevalentie	Impact
Illusie van controle	Mid	Laag
Social proof	Mid	Laag
Feedback	Mid	Laag
Storting	Hoog	Mid
Preventie	Laag	Laag

Legenda: Laag; Mid; Hoog



Homepage

- In 1 op de 5 registraties zien we informatie over andere spelers (*social proof*); nog eens 1 op de 5 suggereert controle door bewoording (zie 'registratie')
- Weinig informatie over eigen gedrag en limieten
- In 3 op de 5 registraties zien we reclame voor bonussen, deels met beperkte geldigheid
- In 1 op de 10 registraties biedt op de homepage informatie over verslavingspreventie/responsible gaming- soms in kleine grijze letters

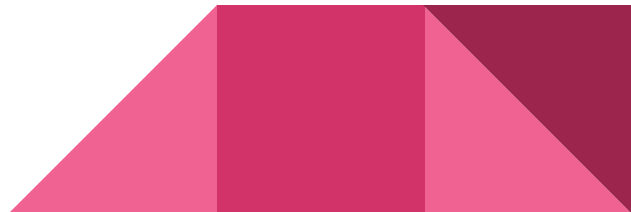


Overzicht spellen en/of weddenschappen

We observeren weinig *infinite scroll*; wel overweldigende keuze-overload en sturing, richting zoveel mogelijk variatie. Mogelijk vindt er gepersonaliseerde sturing plaats (bv op RTP of variatie).

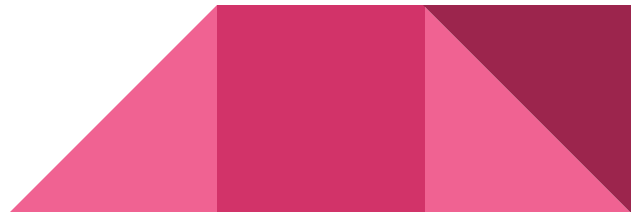
Meest geobserveerd:

- Sturing naar spel door plaatsing op pagina
- Bonus die op dit spel van toepassing is
- Beperkte beschikbaarheid



Storten

- Het wordt in het algemeen erg gemakkelijk gemaakt om niet na te denken en hoger dan een minimum te storten
- Het minimale bedrag is soms niet zichtbaar; vaak 5 of 10 euro
- Bij een kwart van de observaties is het stortingsbedrag al ingevuld, door een dropdown-menu of een voorbeeldbedrag
- Als er boven de limiet wordt gestort, leidt dat tot error of foutmelding; vaak wordt automatisch het maximale bedrag ingevuld, of word je doorgeleid naar 'aanpassen limiet'
- Veel partijen (2 op de 3) proberen tijdens storting te verleiden met bonus tot hogere storting



Voorbeeld van welkomstbonus bij storten

Welkomstbonussen op stortingspagina komen voor bij 2 op de 3 aanbieders

Storting

Kies een bonus



50% tot €100 Stortingsbonus *
Voorwaarden: bonus tegoed 30x rondspelen



Klik & krijg tot €25,- tegoed! *
Bij een minimale storting van €100 ontvang je €10 gratis tegoed. Tot wel €25!



100% tot €250 Stortingsbonus *
Voorwaarden: bonus tegoed 30x rondspelen



Klik & krijg 100 gratis spins! *
Bij een minimale storting van €25 ontvang je 100 gratis spins bij Book of Dead!



Welkomstbonus sport! *
Stort €10 voor €30 Free Bets + 10 Gratis Spins

Bonussen, gemarkeerd met *, sluiten elkaar uit. [Laat minder zien](#)

Heb je een bonus code? ☐ Toon bonus code

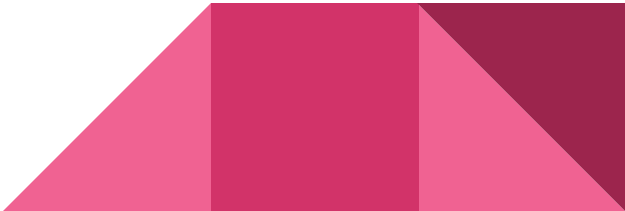


Mijn account

Overzicht sturingsmechanismes Mijn Account

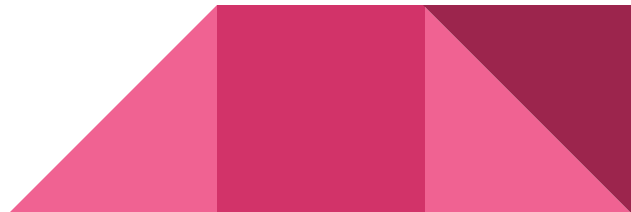
	Prevalentie	Impact
Frictie bij sluiting	Hoog	Laag
Limieten aanpassen	Laag	Hoog
Feedback op gedrag	Laag	Laag

Legenda: Laag; Mid; Hoog

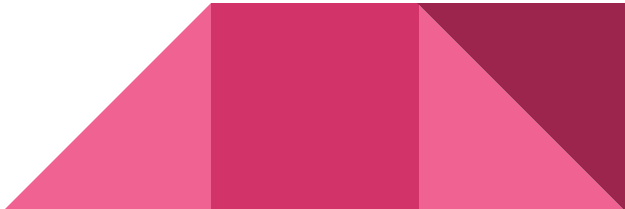


Feedback over eigen gedag

- Feedback over zowel # minuten ingelogd als saldo blijft bij veel partijen in beeld, ook op de homepage
- Bij geld storten zie je in slechts de helft van de platformen de eerder gekozen limiet
- Dit is vaak klein en weggestopt. Dit verleidt tot het hoger willen storten, en vervolgens (uit 'gecreëerde' frustratie) tot de zelfgekozen limiet verhogen – wat bij veel aanbieders erg gemakkelijk is



Sluiten account

- Informatie is vaak lastig te vinden; het vergt veel rondklikken tussen verschillende menu's waar je het zou verwachten. Slechts in 1 op de 4 geobserveerde platformen is het mogelijk op de website zelf.
 - Relatief vaak zijn observatoren het oneens met elkaar. We hebben ook dingen gemist bij maken opnames.
 - Belangrijke drempel: vaak is er contact met klantenservice nodig; soms extra drempels (bv verplichting om kopie van ID-bewijs mee te sturen)
 - Veel sites sturen richting (tijdelijke) zelfuitsluiting ipv permanente sluiting account
- 



Geld opnemen

Opnemen van geld

Meestal weinig kliks nodig om informatie te vinden; wel veel (sterk verschillende) andere drempels in 3 op 4 spellen.

Meest voorkomende drempels:

- Onduidelijke procedure (zie screenshot)
- Wachtijd
- Verlies van bonus
- Kosten bij opname
- Minimaal opnamebedrag

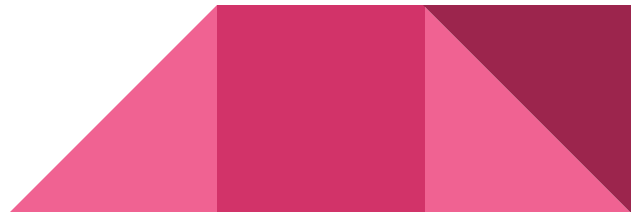


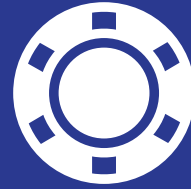


Notificaties

Notificaties, e-mails, sms

- Gemiddeld ontvangen we 2 à 3 emails per week per aanbieder
 - Content en headlines: bonussen op specifieke spellen, gratis spins etc
 - Timing: het mailverkeer is intensiever op vrijdag en bij feestdagen (Halloween, kerst)
 - Mails zonder bonussen gaan vaak over het aanpassen van limieten, hoe makkelijk dat is; over nieuwe limietregelingen; over op te maken credits.
 - “Speel bewust, geniet meer” sprong eruit
- Gemiddeld ontvangen we ongeveer 1 sms per maand per aanbieder
 - Met aflopende deals, gelegenheidsdeals
- We zien grote verschillen tussen partijen in frequentie en hoezeer ze ‘naggen’ – herhaaldelijk blijven aanzetten tot doorspelen





Spellen

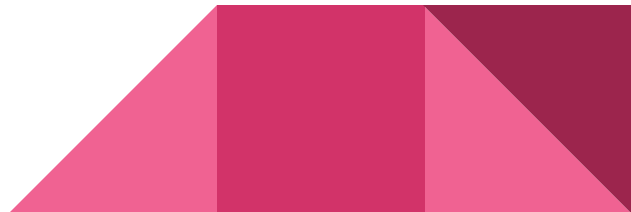
Resultaten *per speltype*: Veelvoorkomende sturing

Mechanisme	Sturing	Gedraging	Totaal	Fruit	Roulette / RvF	Mono-poly	Sport-wedden	Poker
Vooringevulde inzet	Preselect	Herhaling						
Verdubbelen met 1 klik	Onevenwichtig	Herhaling						
Virtueel geld	Onevenwichtig	Cognitie / geld						
Info andere spelers	Sociaal / onevenwichtig	Herhaling						
Verlies verpakt als winst	Onevenwichtig	Geld						
RTP niet zichtbaar	Onevenwichtig	Cognitie						
Illusion of control	Onevenwichtig	Cognitie						
Winsten zichtbaarder dan verlies	Onevenwichtig	Geld						
Frictie bij verlaten	Frictie	Tijd						

Legenda: Niet; Zelden; Soms; Vaak

Spellen algemeen

- Wat opvalt is het enorme gemak waarmee inzet kan herhaald/verdubbeld worden. Dit speelt in op gedachtenloos gewoontevormen en conditioneren op geluiden.
- We zien grote asymmetrie in aandacht voor winst van anderen (en nooit verlies)
- Verlies presenteren als winst is misleidend
- RTP bijna nergens direct zichtbaar, communicatie hierover soms onevenwichtig:
RTP-uitleg in helpcentrum benadrukt soms alleen kans op positieve meevaller (“RTP is een gemiddelde, dus kan ook hoger zijn”)
- Illusion of control lijkt een groot probleem, bij Roulette maar ook in het algemeen

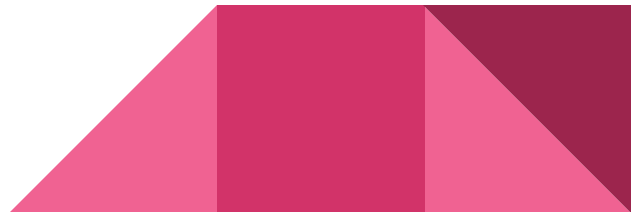


Illusion of control: 'Kennis is koning'

- **Zelfoverschatting** en **impulsief gedrag** komen vooral bij jonge spelers voor. Daarop wordt ingespeeld door reclames (speel slim), maar ook binnen de spellen, door historie, andere spelers (alleen hun winsten) en ranking te tonen.
- Dit speelt bij spelers van ieder niveau: bij roulette bijvoorbeeld kan een amateur '**hot hand fallacy**' vertonen, een geoefende speler juist vermoeden dat de '**hot and cold areas**' worden getoond voor minder ervaren spelers en zich daardoor superieur voelen.
- Afdwingen dat de **RTP** getoond wordt is werkzaam (het staat bijna overal ergens klein vermeld) maar is weinig effectief, als er voortdurend de suggestie wordt gewekt dat je bij de slimme spelers hoort die het beter dan gemiddeld doen.
- Wat zou wel werken hiertegen? 'Pas op, gokken levert slechts 3 % van de spelers netto iets op op maandbasis'? 'Spelers in jouw postcodegebied verloren dit jaar gemiddeld 466 euro'?

Sturing algemeen: Toernooien, bonussen en streaks

- Veel observaties bevatten aanbiedingen om aan toernooien mee te doen
- Het doorrekenen daarvan levert onthutsende getallen: In een week tijd moet je minstens 290€ inzetten, en ruim 600 spins (!) doen, verdeeld over 6 verschillende spellen
- In ruil daarvoor krijg je 10€ gratis inzet. Dit is financieel dus niet heel aantrekkelijk; maar vooral het aantal benodigde spins is extreem hoog
- Onmatig speelgedrag en het kweken van ongezonde gewoontes ontstaan gemakkelijker bij zulke 'streaks'



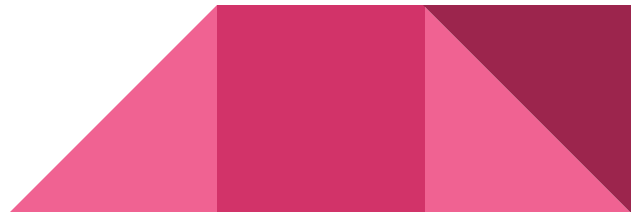
Spelomgeving:

Fruit/slotmachine



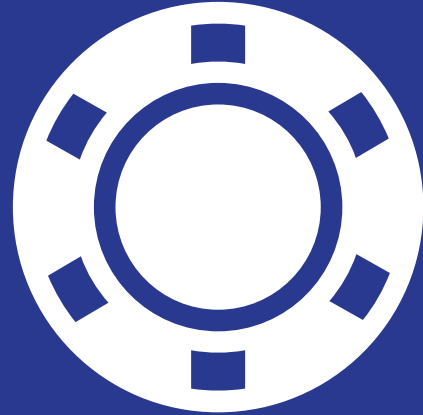
Sturing bij slot/fruitmachines: inzet

- Sturing vindt vooral plaats naar hogere inzet
 - vooraf ingevulde inzet is soms minimum, maar ook vaak hoger
 - aanpassen naar minimum kost vaak een paar kliks
 - terwijl vaak maar 1 klik nodig voor maximum inzet (asymmetrie)
 - Overal heel makkelijk om inzet uit vorige ronde te herhalen. Dit moedigt snel doorspelen aan
- Als je saldo op is, leiden alle mogelijke popups naar het stortingsscherm
- Illusion of control: Sommige fruitmachines laten je zelf de rollen stoppen
- Mogelijk om virtueel geld te kiezen (maar de standaard is in euro's)
- Veel versnel-mogelijkheden; aantal spellen met autoplay, aantal met vergroten winkansen
- Winst wordt soms als verlies gepresenteerd



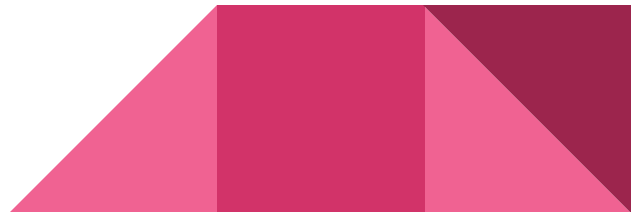
Spelomgeving:

Roulette / Rad v Fortuin
(live)



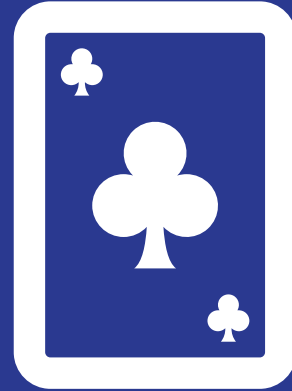
Roulette: sturing door illusie van controle

- geen 1 klik = max inzet
- inzet herhalen = 1 klik
- inzet verdubbelen = 1 klik
- speelt met fiches, maar waarde is zichtbaar
- “hete en koude” getallen in beeld
- gaat snel, weinig tijd om na te denken
- eerder gedraaide getallen/statistieken (“warm” en “koud”)
- soms frictie bij stoppen spel
- winsten andere spelers getoond
- geklets van de croupiers
- pop-up bij bereiken 50% limiet → je kunt alleen ‘ok’ klikken
- inzet verhoogt automatisch na eerste spelronde



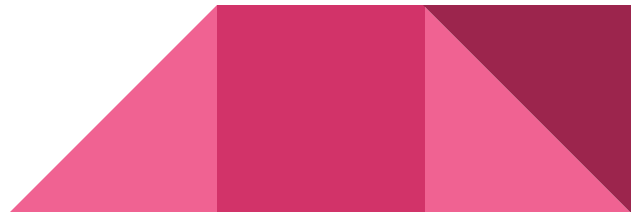
Spelomgeving:

Poker



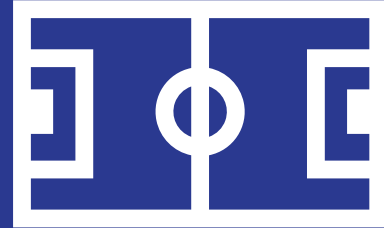
Poker: sturen op onoverzichtelijkheid

- Spin-verzekering
- Uitnodiging tot spelen op meer tafels (onoverzichtelijk)
- Vermenging tegen-het-huis en tegen anderen
- Vermenging met Rad van Fortuin



Spelomgeving:

weddenschappen



Sportwedden: sturing door inzet en complexiteit

- Vaak zien we vooringevulde inzet
- Er wordt gestuurd naar complexe weddenschappen (gecombineerde odds, verzekeringen). Dit lijkt op stapelkorting maar is complexer, combinaties van verzekeringen tegen verlies en stapelingen van kansen met gecombineerde odds
- Het tijdsinterval tussen inzet en uitkomst maakt het minder spannend - alles wat neigt naar meer live gokken is dus verslavender



The screenshot shows a betting interface with a dark header containing the text 'DEELNEMERS', 'SNELSPEL', and '1 KLIK'. The main content area has a light gray background. At the top, it asks 'Ben je geen expert?' in bold. Below this, it says 'Geef gewoon het maximumbedrag aan dat je wilt inzetten. Harry Boy zorgt voor de rest!'. There is a grid of 12 buttons, each containing a betting amount in Euros (€). The amounts are: €1, €2, €5, €10, €15, €20, €25, €50, €100, €150, €200, and €500. At the bottom, there is a white input field with the placeholder text 'Kies een bedrag'.

DEELNEMERS	SNELSPEL	1 KLIK	
Ben je geen expert?			
Geef gewoon het maximumbedrag aan dat je wilt inzetten. Harry Boy zorgt voor de rest!			
€1	€2	€5	€10
€15	€20	€25	€50
€100	€150	€200	€500
Kies een bedrag			

Conclusie en aanbevelingen

Conclusie

- Dit rapport geeft een kwalitatieve indruk van waar de *effort* op gedragssturing zit, gebaseerd op een selectie van aanbieders en spellen. De effort zit vooral op de homepage en in de spelomgeving; bij geldopnemen en account sluiten voornamelijk via frictie. Dit sluit aan bij het Ksa-rapport over businessmodellen.
- Voor recreatieve spelers vormt de gedragssturing niet altijd een probleem. Maar er wordt systematisch aangezet tot spelen boven 'normaal' gedrag door bonussen (altijd erg hoog), door toernooien (kunnen 'craving' veroorzaken), door het gemak om maximale inzet te kiezen (zowel op spel- als op storniveau). Er zijn sterke aanwijzingen dat misleidende ontwerpelementen de controle van spelers ondermijnen* en dat doorspelen verslaving in de hand werkt.** Dit suggereert dat de sturing is grotendeels ontworpen is om verslavingsgevoelige spelers te targeten en te conditioneren.
- De revenue op platformen hangt sterk af van een klein aantal veelspelers.*** De concurrentie zit niet op 'fijne spelbeleving' maar op 'wie finetunet misleidende ontwerpelementen het beste dmv AI'.**** Dit rapport laat zien dat sterk wordt ingezet op de gewoontes van de (verslavingsgevoelige) speler, om die te conditioneren om door te spelen.
- Uit de hoeveelheid sturing om speellimieten gemakkelijk omzeilbaar te maken blijkt dat ze in theorie werkzaam zouden kunnen zijn, maar in de praktijk dat niet zijn.

* Flayelle, Brevers, King et al (2023)

** Ferrari, Limbrick-Oldfield and Clark (2022)

*** Forrest and McHale (2025)

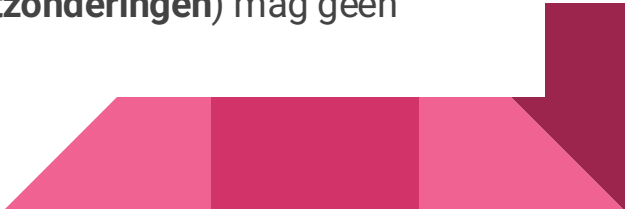
**** Leiser and Santos (2024)

Aanbevelingen algemeen

In veel gevallen zorgt de variëteit aan sturing op de platformen dat **detailwetgeving** niet effectief zou zijn. De schadelijkheid zit vooral in een **optelsom van veel losse elementen**. Het is verleidelijk om op losse elementen regels te plakken; maar ondernemingen zijn creatief als het echt zeer doet. Een andere optie is om **meer informatievoorziening** af te dwingen, maar daarvan weten we dat het vaak beperkt effectief is. Andere toezichthouders (ACM, AFM) bewegen daarvan weg.

Dat lijkt een spagaat tussen handhaafbaarheid en impact op gedrag op het niveau van sturingsmechanismen te suggereren: hoe beter handhaafbaar, des te minder impact wetgeving zou hebben.

Toch zou een klein aantal heldere regels op grote pijnpunten veel impact kunnen hebben. We bevelen aan striktere regels te maken voor **bonussen** en **toernooien** die aanzetten tot onmatig spelen. We verwachten veel van de **overkoepelende limiet** of het volgen van spelers, ook gezien de dichtheid aan sturing die we hier nu al zien. Vooral de aanvraag voor verhoging (**uitzonderingen**) mag geen standaard worden.



Aanknopingspunten toezicht per fase:

Landingspagina

- Veel cookie-uitvragen zijn in strijd met guidance van AP
- Valse testimonials zouden ook handhaafbaar zijn

Limieten/ registratie

- Extreem hoge daglimieten, hoge minimumwaardes
- Reclame en bonussen om te verleiden tot hogere storting

Homepage

- We observeren veel verstopte verplichte preventie-informatie, maar verwachten niet veel van aanscherping van regels over verplichte informatie

Spel

- Verlies als winst presenteren is misleidend

Sluiten account

- DSA: het sluiten van een account zou even gemakkelijk moeten zijn als openen. Bij kansspelen werkt dit niet: ook al is openen al erg moeilijk, sluiten zou extreem makkelijk moeten zijn

Geld opnemen

- Veel drempels, zoals bonus die vervalst, extra kosten, minimum bedrag aan opname

Notificaties

- Whc: regels over agressieve marketing, o.a. bonussen zetten aan tot meer dan recreatief spelen
- Misleidende toernooien zetten aan tot onmatig spelen (ACM)

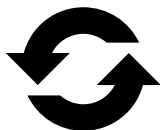
Specifieke aanbevelingen

- Agressieve, tot onmatig spelen aanzettende reclame tijdens storting, bij opnemen, en daarbuiten, dmv bonussen met tijdsdruk. Soms mag geld opnemen niet als bonus nog openstaat. In emails wordt agressief ingezet op toernooien waarvoor je veel spellen moet langslopen in beperkte tijd: we bevelen aan om het toezicht te richten op deze **stapeling tijdens de user journey die aanzet tot onmatig spelen**.
- **Storting:** meer storten dan de zelfingestelde speellimiet kan niet, maar bij een poging daartoe wordt de speler vaak verwezen naar 'pas hier je limiet aan tot maximaal' (>700 euro), wat binnen drie seconden lukt. De hoeveelheid en variatie in sturing en omzeiling hier wijst erop dat de geest van de wet hier niet leidend is en daarmee de speellimiet niet effectief; wij bevelen aan naar de regelgeving te kijken en/of dit **buiten het bereik van aanbieders** om, dmv de overkoepelende stortingslimiet, in te perken. We raden aan daarbij ook sturing van aanbieders richting verhoging van die limiet (dmv het aanvragen van draagkrachttoets) nadrukkelijk mee te nemen.
- Het sluiten van een account is echt moeilijk. In wetgeving staat dat sluiten en openen even gemakkelijk moet zijn. Bij kansspelen volstaat dat niet; het openen van een account is relatief moeilijk (zoals blijkt uit de hoeveelheid mails), maar **sluiten lijkt vaak echt onmogelijk**. Wij raden aan hierop te handhaven.

Specifieke aanbevelingen - vervolg

- De chat-interface om limieten te verhogen lijkt ingekocht – we raden aan om de tussenpartij aan te spreken op het gemak waarmee de limiet verhoogd kan worden.
- Aanbieders lijken te kiezen voor minimale invulling van wat ze wettelijk verplicht zijn te tonen aan preventie-informatie. Op de homepage staat bijna altijd preventie-informatie, maar wel vaak heel klein/onderaan.
- Toezicht zou kunnen focussen op bezoekersaantallen of clicks per aanbieder richting Cruks, en kijken hoezeer dit verschilt per aanbieder. Maar we verwachten weinig impact van het afdwingen van preventie-informatie. Ook van het communiceren hierover richting consumenten verwachten wij weinig effect.

Vervolgstappen op dit onderzoek



- De herhaling van het voorgaande onderzoek (structureel of over 24 maanden) zou de ontwikkeling over tijd kunnen aantonen, ook in vergelijking met (illegaal) of nieuw aanbod. Uitgevoerd op een bredere steekproef zou deze methode kwantitatieve resultaten opleveren. Dit kan op basis van een doorontwikkelde vragenlijst plaatsvinden, wederom (deels) door werknemers van de Ksa.



- Het sluiten van de accounts en het volgen en analyseren van de contactmomenten daarna zou het laatste deel van de *user journey* beter in kaart kunnen brengen. Om deze optie tot uitbreiding van het onderzoek open te houden is het sluiten van accounts nu nog niet gebeurd.



- Bij vragen over de resultaten of verdere verdieping, over de methodiek en de inbedding daarvan en van deze werkvorm voor gedragskennis binnen de Ksa, zou een uitbreiding dmv een 'strippenkaart' (op basis van losse uren) een optie zijn.

Vervolgthema's voor verdiepend onderzoek

Onderstaande thema's vragen om gerichte verdere verdieping:

Personalisatie op kwetsbare groepen:

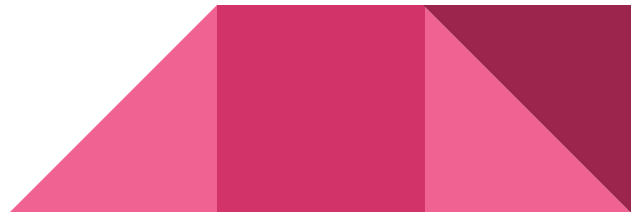
- In welke mate wordt **personalisatie** toegepast richting jongeren?
 - Welke spellen worden bij welke doelgroep gepushed?
 - Wat verschilt er in spelaanbod, bonussen, tussen jongeren en volwassenen?
- **Sportwedden** lijkt heel complex, met veel gecombineerde odds. In hoeverre wordt op onbegrip ingezet/gepersonaliseerd?
- **Toernooien** worden sterk gepushed, gericht op doorspelen en variatie in spellen, met extreem onvoordelige winkansen. Dit suggereert dat ze ondanks die winkansen toch gewild zijn en veel spelers aanzetten tot het volmaken van 'streaks', met grote kans op gewoontevorming.

Onderzoek naar intentionaliteit van gedragssturing

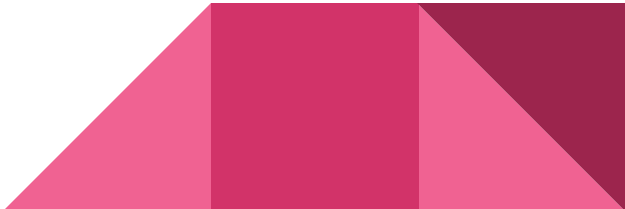
- **'Onzichtbare' dark patterns**, patronen die alleen opvallen bij analyse van geaggregeerde spelersdata (zoals patronen in winkansen / uitbetaling van spellen) kunnen op verslavingsgevoelige doelgroepen (bv jonge mannen) worden toegepast.
- Zulke **'growth hacking'** op spelerssegmenten is lastig te detecteren. Denk daarbij aan hogere kans op 'bijna-winsten' vlak voordat de wallet leeg is, het tonen van winsten van anderen op gevoelige momenten, het inzetten op 'illusion of control' dmv streaks.
- Onderzoek naar de **inrichting bij aanbieders** lijkt hier zinvol: opvragen van A/B-testen om te zien waar men op optimaliseert? Hoeveel geld en mankracht zit er in UX, met welk doel?

Limitaties van dit onderzoek

- De analyse suggereert harde conclusies; maar is gebaseerd op een *selectie* van spellen. De spellen zijn soms op indicatie van Ksa, soms op basis van 'push' (welke het meeste gepromoot werden) geselecteerd. De selectie is dus niet representatief voor het aanbod, maar geeft een indruk van de variatie.
- Niet ieder platform was bereikbaar en door opnameproblemen zijn er een aantal registraties weggevallen. Deels komt dat wellicht doordat bv. pokerapps verhinderen dat er opnames gemaakt worden tijdens het spel.
- Beide spelers waren > 24, dus de resultaten zeggen weinig over wat er aan jongeren wordt aangeboden. Desondanks bevatten bv. opnames van livespellen opmerkingen die gericht op jongeren zijn ("anders ga je lekker niet naar school maar speel je nog even door!")



Belangrijke referenties

- Buhagiar, Ranier, Cortis, Dominic and Newall, Philip (2018) Why do some soccer bettors lose more money than others? Journal of Behavioral and Experimental Finance
 - Ferrari, Mario A., Eve H. Limbrick-Oldfield, and Luke Clark. "Behavioral analysis of habit formation in modern slot machine gambling." International Gambling Studies 22.2 (2022): 317-336.
 - Flayelle, M., Brevers, D., King, D.L. et al. A taxonomy of technology design features that promote potentially addictive online behaviours. Nat Rev Psychol 2, 136–150 (2023).
 - Forrest D, McHale IG. The Dependence of Online Gambling Businesses on High-Spending Customers: Quantification and Implications. J Gambl Stud. 2025 Jun;41(2):693-714. doi: 10.1007/s10899-024-10329-z. Epub 2024 Jun 24. PMID: 38913215; PMCID: PMC12116851. Newall, P.W.S., Walasek, L., Ludvig, E.A. (2020). Equivalent gambling warning labels are perceived differently. Addiction, 115, 1762–1767
 - Leiser, M., & Santos, C. (2024). Dark Patterns, Enforcement, and the emerging Digital Design Acquis: Manipulation beneath the Interface. European Journal of Law and Technology, Vol. 15 No. 1
 - Leak-Smith, L. (2023) How do slot game advert features impact gambling behaviour? An exploratory study. Behavioural Insights Team
 - Lupianez-Villanueva, F., et al. (2022) Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalization. EU, EISMEA, Directorate-General for Justice and Consumers
 - Newall (2019) Dark nudges in gambling, Addiction Research & Theory, 27:2, 65-67
- 

Behavioural Insights

Stichting Behavioural Insights Nederland is opgericht in 2017 met de missie om wetenschappelijke gedragskennis in te zetten voor maatschappelijke opdrachten. Behavioural Insights ontwerpt en test gedragsinterventies en stelt vast of die daadwerkelijk tot gedragsverandering leiden: datagedreven en met behulp van experimenten.

Projectleider

Dr. Eva van den Broek
eva@behaviouralinsights.nl

Senior adviseur

Patricia de Jonge

Noa Pierik, observator
Roos van Duijnhoven, observator
4 observatoren van Ksa



**BEHAVIOURAL
INSIGHTS
NEDERLAND**