



Sebastiaan Wisse. - Foto: Lot of Happiness

'We zijn onder de radar gegroeid'

Originele uitdager manifesteert zich op de loterijmarkt

Door: Bert Koopman

23-01-2025

Kansspelen Interview

Sinds 2018 keerde goede-doelenloterij Lot of Happiness ruim € 40 mln uit aan goede doelen zoals Stichting ALS Nederland en KiKa. De loterij lanceerde na de recente decemberstorm aan loterijcampagnes haar nieuwe merkcampagne. Een gesprek met directeur-bestuurder Sebastiaan Wisse, eerder werkzaam bij Activate, voorheen Emolife (o.a. fondsenwerving en marketing voor goede doelen). We zochten hem op in een bedrijfsunit in Utrecht Zuilen.

De Nederlandse kansspelmarkt is *booming business*. Met als missie ‘veilig spelen’ houdt de Kansspelautoriteit een oogje in het zeil. De KSA, een zelfstandig bestuursorgaan, reguleert de markt en houdt risico gestuurd toezicht op betrouwbare kansspelen (waarbij het toeval bepaalt), kijkt of aanbieders zich aan de regels houden en ziet toe op goede bescherming van de speler. Alles om oneerlijk spel en illegaal aanbod te voorkomen.

Niets van dat al bij een serieuze loterij als Lot of Happiness. Goede doelen zijn de drijvende kracht achter deze *scale-up* (Omzet: krap € 17 mln, 25 medewerkers). ‘Meespelen is impact maken’, zegt Wisse. ‘De deelnemers bepalen naar welk van de dertig aangesloten goede doelen de helft van hun inleg gaat.’ Hij benadrukt dat dit maakt dat Lot of Happiness een loterij is waar je stem telt en je impact groot is. Ook is er een mooi prijzenpakket. Een win-win dus, zegt Wisse.

Hoe verliep jullie groeipad?

Wisse: ‘We waren een van de nieuwe toetreders op de geliberaliseerde markt voor goede-doelenloterijen. Dat was wennen, niet alleen voor de KSA en Nederland, maar ook voor de bestaande goede-doelenloterijen: de Postcode Loterij en de VriendenLoterij. We zijn als onderdeel van vergunninghouder Fairshare in 2018 gestart en verzorgen zestien trekkingen op jaarbasis. Care-a-Lot, de andere loterij van Fairshare, gericht op vooruitstrevende doelen en organisaties binnen de gezondheidszorg, telt twaalf trekkingen op jaarbasis. Achter Fairshare zitten twee grootaandeelhouders.’

Hoe zijn jullie gepositioneerd?

‘We hebben gekeken naar bestaande aanbieders en zagen ruimte voor een nieuwe partij in de markt die spelers altijd het positieve gevoel van winnen kan geven. We onderscheiden ons door impact te maken in die zin dat alle goede doelen – groot en klein – bij ons welkom zijn voor deze terugkerende inkomstenbron. Daarnaast vinden wij dat een deelnemer zelf moet kunnen bepalen naar welk goed doel een deel van zijn of haar geld gaat. We zijn verplicht minimaal 40% van de opbrengst af te dragen aan goede doelen. Wij dragen, geheel tegen de trend, 50% af.’

Wat zijn dominante trends?

‘We zien groei zowel bij bestaande als nieuwe partijen. Er is meer vraag, niet alleen aan de consumentenzijde (B2C) maar ook bij de goede doelen (B2B). Steeds meer mensen spelen mee in de loterij. Tegelijkertijd staat het werven van donateurs bij goede doelen onder druk. Voor de laatsten zijn afdrachten van loterijen en terugkerende bron van inkomsten en dus van groot belang. Ze hebben namelijk niet veel mogelijkheden om terugkerende inkomstenbronnen aan te boren. Wij willen dat groeiende gat overbruggen.’

Wat zijn uitdagingen?

‘We zijn een beetje onder de radar gegroeid. Sinds 2018 hebben we meer dan € 40 mln bijgedragen aan de goede doelen die aan ons verbonden zijn. Daar komt dit jaar nog een € 10 mln bij. Op de keeper beschouwd zijn we nog klein duimpje in het land van reuzen. We moeten onze positie echt claimen willen we die behouden. Er spelen tegenwoordig circa 100.000 mensen met ons mee, onder wie veel jonge gezinnen. Er is een solide basis, maar de ambities reiken verder. We moet aan vele fronten aan de slag. Denk aan het vergroten van onze naamsbekendheid. De positieve impact die we maken hoort daarbij.’

Hoe zien jullie de beeldvorming inzake loterijen?

‘Nederland heeft een mooi filantropisch klimaat waarbij goede-doelenloterijen al jaren behoren tot de gevestigde orde. Op het gebied van kansspelen in de brede zin is in de afgelopen jaren veel gebeurd. Denk aan de liberalisering van de gokmarkt. Gelukkig is er een groot verschil tussen online kansspelen en goede-doelenloterijen. Voor ons als sector is het van belang om dit onderscheid tegenover alle stakeholders te blijven benadrukken.’

Over de campagne

Onlangs is onze nieuwe merkcampagne gestart. Het is een multimediale campagne die alleen niet op televisie draait. Voor Lot of Happiness is het de eerste keer dat we het publiek actief opzoeken. De merkcampagne, die streeft naar openheid en transparantie, is een logisch vervolg op de eerder doorgevoerde *rebranding*. We willen leuke dingen doen met leuke mensen. In alles wat we doen zijn we uit op win-winsituaties.’

Aangeschoven is ook *chief marketing officer* Frits van der Laan. Over de nieuwe campagne zegt hij: ‘Het is voor het eerst dat we een merkcampagne inzetten. We willen onszelf goed laten zien bij de doelgroep. Vandaar dat vooroordelen over loterijen niet geschuwd worden. We benoemen zaken zoals ze zijn en ze worden op een luchtige manier naar voren gebracht. We willen authentieker zijn dan andere loterijen met hun focus op het winnen van grote prijzen.’

Tot slot

De totale omvang van de vergunde kansspelmarkt bedroeg € 4 mrd in 2023. Afdrachten gaan naar goede doelen, sport en de staat. De KSA verstrekt vergunningen voor loterijen met een prijzenpot groter dan € 4.500 (artikel 3 van de Wet op de Kansspelen). Onder dit bedrag moet een vergunning worden aangevraagd bij de gemeente. In 2023 is in totaal € 117 mln aan kansspelbelasting betaald en werd € 698 miljoen afgedragen aan goede doelen of de staat.

Prijswinnaars van loterijen waren in 2023 verplicht 29,5% kansspelbelasting te betalen over brutoprijzen hoger dan € 449. Brutoprijzen daaronder zijn vrijgesteld van kansspelbelasting. Als de prijs een naturaprijs is, moeten prijswinnaars kansspelbelasting betalen over de waarde die de prijs vertegenwoordigt in het economisch verkeer. In de praktijk doet de organisator van het kansspel dit veelal voor de prijswinnaar.

<https://www.lotofhappiness.nl> 