Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2025–2026

Aanhangsel van de Handelingen

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

2407

Vragen van de leden **Inge vanDijk**, **Zwinkels** en **Hamstra** (allen CDA) aan de Minister van Financiën, de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat en de Minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid over *het artikel «In de TikTok Shop kunnen jongeren straks nóg makkelijker impulsaankopen doen. «Er is te weinig ruimte om zelf na te denken»»* (ingezonden 3 juni 2026).

Antwoord van Minister **Herbert** (Economische Zaken en Klimaat), mede namens de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat (ontvangen 29 juni 2026)

Vraag 1
Bent u bekend met het artikel *«In de TikTok Shop kunnen jongeren straks nóg makkelijker impulsaankopen doen. «Er is te weinig ruimte om zelf na te denken»»*?[1]

Antwoord 1
Ja.

Vraag 2
Welke risico's ziet u bij de introductie van TikTok Shop voor consumenten, en in het bijzonder voor minderjarigen en jongvolwassenen, op het gebied van impulsaankopen, financiële weerbaarheid en problematische schulden?

Antwoord 2
Ik zie hier inderdaad risico's. De introductie van TikTok Shop maakt het voor gebruikers mogelijk om de producten die op TikTok worden vertoond ook direct te kopen. Dit zou gebruikers er sneller en gemakkelijker toe kunnen aanzetten om een impulsaankoop te doen. TikTok heeft richting mij aangegeven dat de TikTok Shop alleen beschikbaar wordt voor kopers van 18 jaar en ouder. Daarmee zou er met name een risico voor jongvolwassenen zijn. Wanneer als gevolg hiervan meer wordt uitgegeven dan het beschikbare budget toelaat, kan dit in het ergste geval leiden tot het ontstaan van (problematische) schulden. Ik ga in het antwoord op vraag 8 nader in op de leeftijdsbegrenzing.

[1] Trouw.nl, 28 mei 2026, https://www.trouw.nl/binnenland/in-de-tiktok-shop-kunnen-jongeren-straks-nog-makkelijker-impulsaankopen-doen-er-is-te-weinig-ruimte-om-zelf-na-te-denken~b6abc7dba/OTYfkYH1jbTaM%3D&reserved=0

ah-tk-20252026-2407
ISSN 0921 - 7398
's-Gravenhage 2026

Vraag 3
Welke maatregelen treft TikTok om risico's te mitigeren, ook als het bijvoorbeeld gaat om online veiligheid, datahacks, fraude en oplichting van onbetrouwbare partijen die zich bijvoorbeeld straks voordoen als verkopende partij op TikTok?

Antwoord 3
Zowel bestaande als nieuwe online marktplaatsen moeten voldoen aan Europese regelgeving op het gebied van o.a. productveiligheid, consumentenbescherming, gegevensbescherming en digitale dienstverlening. De handhaving van deze regels is belegd bij verschillende toezichthouders, zoals de Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit (productveiligheid, hierna: NVWA), de Autoriteit Consument en Markt (o.a. consumentenbescherming, hierna: ACM), de Autoriteit Persoonsgegevens (bescherming van persoonsgegevens, hierna: AP) en bij de Europese Commissie in het geval van de Digital Services Act (hierna: DSA).[2] Online veiligheid met betrekking tot de bescherming tegen datahacks wordt onder andere gewaarborgd door vereisten omtrent een passende beveiliging van de verwerking van persoonsgegevens in de Algemene Verordening Persoonsgegevens (hierna: AVG). Op grond van de DSA is TikTok aangewezen als een zeer groot online platform en hierdoor heeft het extra verantwoordelijkheden om de veiligheid van zijn dienst te waarborgen.
TikTok heeft richting mij aangegeven dat zij uitgebreide plannen, risk assessment en veiligheids- en compliancemaatregelen heeft uitgevoerd en hierover in gesprek is met zowel de Europese Commissie als de nationale toezichthouders.[3]

Vraag 4
Deelt u de opvatting dat de combinatie van een sterk gepersonaliseerd algoritme, influencer marketing en directe aankoopmogelijkheden de kans op impulsaankopen kan vergroten?

Antwoord 4
Ja, die opvatting deel ik. De combinatie van gepersonaliseerde aanbevelingen, influencermarketing en directe aankoopmogelijkheden («one-click buying») kan de drempel tot een aankoop verlagen. Dit is op zichzelf niet in strijd met geldende wet- en regelgeving, maar brengt wel risico's met zich mee. Consumenten dienen in ieder geval correct en volledig te worden geïnformeerd en er dient geen sprake te zijn van misleiding. Voor de verplichtingen en verantwoordelijkheden van TikTok onder de DSA verwijs ik naar het antwoord op vraag 8, 9 en 10.

Vraag 5
Welke inzichten zijn beschikbaar uit landen waar TikTok Shop reeds actief is, zoals het Verenigd Koninkrijk en Duitsland, over de effecten op koopgedrag, betalingsachterstanden en schuldenproblematiek onder jongeren en welke lessen trekt u daaruit voor de Nederlandse situatie?

Antwoord 5
Ik beschik niet over specifieke inzichten over de effecten van TikTok Shop op koopgedrag, betalingsachterstanden en schuldenproblematiek onder jongeren in de genoemde landen. Relevant hierbij is dat TikTok richting mij heeft aangegeven dat de TikTok Shop in Nederland alleen beschikbaar wordt voor kopers van 18 jaar en ouder.

Vraag 6
Deelt u de opvatting dat social commerce-platforms zoals TikTok Shop een fundamenteel ander karakter hebben dan traditionele webwinkels, doordat sociale media, aanbevelingsalgoritmen, influencer marketing en directe

---

[2] Europese Commissie, «Toezicht op de aangewezen zeer grote onlineplatforms en zoekmachines in het kader van de digitale dienstenverordening», https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/policies/list-designated-vlops-and-vloses.
[3] Zie ook https://newsroom.tiktok.com/tiktok-introduceert-tiktok-shop-in-nederland?lang=nl-NL.

aankoopmogelijkheden in één omgeving worden gecombineerd? Zo ja, acht u aanvullende regelgeving of toezicht wenselijk?

Antwoord 6
Deze opvatting deel ik. Zogenaamde social commerce platforms combineren elementen die voorheen gescheiden waren – sociale interactie, content-aanbevelingsalgoritmen, influencer marketing en een directe transactiefunctie. Hierdoor kan de grens tussen content, reclame en het doen van een aankoop vervagen en dit levert risico's op.
Het bestaande wettelijke kader, zoals de DSA en consumentenwetgeving[4], is ook van toepassing op social commerce platforms. Bovendien biedt de AVG bescherming bij de verwerking van persoonsgegevens. Daarnaast zet het kabinet in Brussel in op gerichte maatregelen tegen onder meer *dark patterns* en verslavende ontwerpkeuzes in het kader van de aankomende Digital Fairness Act (hierna: DFA).[5]
Het is belangrijk dat de bestaande regels effectief gehandhaafd worden. De Europese Commissie heeft in februari 2026 het voorlopig oordeel gepubliceerd dat het verslavende ontwerp op TikTok in strijd is met de DSA. En de verschillende markttoezichthouders houden de ontwikkelingen in de e-commerce sector, waaronder de import van non-conforme producten uit derde landen, scherp in de gaten en versterken het toezicht hierop.
Ondanks dat ik de opvatting deel dat een social commerce platform als de TikTok Shop een ander karakter heeft dan een traditionele webwinkel, zie ik – gelet op het bovenstaande – op dit moment geen reden voor een aanvullende beleidsinzet.

Vraag 7
In hoeverre vallen betaalmethoden die via TikTok Shop worden aangeboden, waaronder achteraf betalen en gespreid betalen, onder de herziene Consumer Credit Directive (CCDII), en welke verplichtingen vloeien daaruit voort voor aanbieders van deze betaalmethoden?

Antwoord 7
Indien TikTok Shop een betaalmethode aanbiedt waarbij de aankoop direct wordt betaald, is er geen sprake van krediet. Voor zover TikTok Shop consumenten echter de mogelijkheid biedt om aankopen achteraf (ineens of gespreid) te betalen, is in beginsel sprake van krediet in de zin van de herziene richtlijn consumentenkrediet (CCDII). In dat geval valt de dienstverlening onder de kredietregels, tenzij sprake is van een expliciete uitzondering binnen het toepassingsbereik van die richtlijn, zoals bij bepaalde vormen van uitgestelde betaling. In Nederland wordt de richtlijn geïmplementeerd door de implementatiewet herziene richtlijn consumentenkrediet (hierna: implementatiewet).[6] Op dit moment biedt TikTok nog niet de mogelijkheid van achteraf betalen aan in Nederland.
Als TikTok deze dienst wel in Nederland aan zou bieden, geldt ook dat deze dienstverlening onder de nieuwe kredietregels komt te vallen van de implementatiewet. Voor de volledigheid leg ik uit wat de gevolgen hiervan zijn.
De kredietregels zien op verschillende aspecten. Zo dienen aanbieders van achteraf betalen voorafgaand aan kredietverlening een kredietwaardigheidsbeoordeling uit te voeren, consumenten te voorzien van duidelijke en gestandaardiseerde precontractuele informatie en te voldoen aan regels en verboden inzake reclame. Daarnaast voorziet het implementatiewetsvoorstel in een verbod op kredietverlening in de vorm van uitgestelde betaling aan minderjarigen en worden kredietaanbieders verplicht de leeftijd van de consument voorafgaand aan het aangaan van de kredietovereenkomst te verifiëren. Verder geldt voor deze kredietaanbieders een vergunningplicht en staan zij ten aanzien van kredietverlening aan Nederlandse consumenten onder toezicht van de Autoriteit Financiële Markten (AFM).

---

[4] Zie bijvoorbeeld https://commission.europa.eu/topics/consumers/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions/market-places-and-digital-services_en.
[5] Non-paper by the Netherlands on the Digital Fairness Act, https://www.rijksoverheid.nl/documenten/2025/11/12/non-paper-digital-fairness-act.
[6] Kamerstukken II 2025–2026, 36 924, nr. 1–6.

Vraag 8
Welke leeftijdsgrenzen gelden voor het gebruik van TikTok Shop en de daarbij aangeboden betaalmethoden, welke vormen van leeftijdsverificatie worden toegepast en in hoeverre acht u deze effectief?

Antwoord 8
TikTok hanteert in algemene zin een minimumleeftijd van 13 jaar en geeft aan dat de TikTok Shop alleen beschikbaar wordt voor kopers van 18 jaar en ouder. Op basis van de DSA zijn zeer grote online platforms als TikTok verplicht om redelijke en doeltreffende maatregelen te treffen die de leeftijd van de gebruikers verifieert. TikTok heeft richting mij aangegeven gebruik te maken van een gelaagd toegangscontrolesysteem om de leeftijd van gebruikers vast te stellen. Dit omvat technologische checks, menselijke controles en extra veiligheidsmaatregelen zoals de mogelijkheid voor ouders om een melding te doen.[7]
Indien een minderjarige ondanks de leeftijdsbegrenzing door TikTok toch een aankoop doet via een eigen account in TikTok Shop, bijvoorbeeld omdat de leeftijd niet goed werd gecontroleerd, dan kan de wettelijke vertegenwoordiger de rechtshandeling (aankoop) achteraf vernietigen en het geld van de aankoop terugkrijgen. TikTok heeft richting mij bevestigd hiervoor een eenvoudig retourbeleid te zullen hanteren. Ouders dragen daarnaast zelf de verantwoordelijkheid om te voorkomen dat hun account door hun kinderen wordt gebruikt.
In het antwoord op vraag 7 wordt toegelicht dat TikTok op dit moment geen achterafbetaalmogelijkheden in Nederland aanbiedt.

Vraag 9
Acht u het wenselijk dat platforms zoals TikTok zelf verantwoordelijkheid dragen voor het voorkomen van problematische schulden en impulsaankopen onder minderjarigen? Zo ja, welke verantwoordelijkheid ziet u daarbij?

Antwoord 9
TikTok heeft al een bepaalde mate van verantwoordelijkheid, nu zij de mogelijkheid biedt om via TikTok producten aan te kopen.
Zo heeft TikTok op grond van de DSA verschillende verantwoordelijkheden. Dit betreft onder meer de verplichting om tenminste jaarlijks onderzoek te doen naar mogelijke systemrisico's van haar diensten, waaronder de negatieve effecten op minderjarigen (zie ook mijn antwoord op vraag 10). Ook dient TikTok onder de DSA passende en evenredige maatregelen te nemen waarmee een hoog niveau bescherming van minderjarigen binnen haar dienst wordt geborgd.
Indien TikTok uitstel van betaling voor de producten in TikTok Shop zou aanbieden, kwalificeert zij bovendien onder de implementatiewet CCDII als aanbieder van krediet. Zoals toegelicht in het antwoord op vraag 7, dient TikTok Shop in dat geval de verantwoordelijkheden uit de implementatiewet CCDII na te leven.

Vraag 10
In hoeverre vallen TikTok en TikTok Shop onder de verplichtingen van de Digital Services Act (DSA), in het bijzonder waar het gaat om bescherming van minderjarigen, transparantie van aanbevelingssystemen en het tegengaan van manipulerende ontwerpkeuzes?

Antwoord 10
Zoals aangegeven in het antwoord op vraag 3, is TikTok aangewezen als «zeer groot online platform» onder de DSA. Als zodanig zal zij volledig moeten voldoen aan alle verplichtingen uit de DSA. Dit omvat dus ook de verplichtingen inzake de bescherming van minderjarigen, de transparantie van aanbevelingssystemen en het tegengaan van manipulerende ontwerpkeuzes (die, afhankelijk van het geval, kunnen kwalificeren als *dark pattern* en/of systeemrisico).

[7] Voor het kabinetsstandpunt over leeftijdsverificatie in algemene zin verwijs ik u naar Kamerstuk 21501–33, nr. 115.1.

Zo is TikTok in dat kader verplicht om alle zogenaamde systeemrisico's die voortvloeien uit het ontwerp of uit de werking van hun dienst en de daaraan verbonden systemen en uit het gebruik van hun diensten te analyseren en beperken. Deze risicobeoordelingen moeten ten minste één keer per jaar worden uitgevoerd. Ook moet een beoordeling plaatsvinden voorafgaand aan de uitrol van functionaliteiten die waarschijnlijk kritieke gevolgen zullen hebben voor de vastgestelde systeemrisico's. Naar ik begrijp heeft TikTok voorafgaand aan de lancering van TikTok Shop contact gehad met de Europese Commissie, die primair toezicht houdt op de zeer grote online platforms. Ik begrijp dat TikTok in dat kader ook een risicobeoordeling met de Europese Commissie heeft gedeeld en inmiddels de eerste systeemrisicobeoordeling onder de DSA heeft uitgevoerd.

Vraag 11
Hoe verhoudt TikTok Shop zich tot het verbod uit de DSA op het tonen van gepersonaliseerde advertenties aan minderjarigen op basis van profilering en hoe wordt vastgesteld of gebruikers minderjarig zijn?

Antwoord 11
Dit verbod is onverkort van toepassing. TikTok mag dus geen reclame tonen op basis van profilering van minderjarigen. Om de leeftijd van gebruikers vast te stellen, maakt TikTok gebruik van een gelaagd toegangscontrolesysteem (zie ook mijn antwoord op vraag 8).

Vraag 12
Kunt u inzicht geven in welke persoonsgegevens en gedragsgegevens worden gebruikt om productaanbevelingen binnen TikTok Shop te personaliseren, en in hoeverre acht u deze vorm van profilering wenselijk wanneer minderjarigen hierdoor worden blootgesteld aan commerciële prikkels?

Antwoord 12
TikTok Shop zou volgens TikTok alleen toegankelijk moeten zijn voor meerderjarige gebruikers. Het kabinet heeft geen inzicht in de persoonsgegevens en gedragsgegevens die TikTok Shop gebruikt voor het personaliseren van productaanbevelingen. Het is belangrijk dat het gebruik van deze gegevens voldoet aan de hiervoor geldende privacyregels in de AVG en de hiervoor genoemde regels uit de DSA (zie antwoord op vraag 11). De onafhankelijke toezichthouders zien daarop toe.

Vraag 13
Acht u het mogelijk dat aanbevelingsalgoritmen, livestreams en influencercontent binnen TikTok Shop feitelijk dezelfde functie vervullen als gepersonaliseerde reclame? Zo ja, in hoeverre vallen dergelijke praktijken onder het huidige toezicht- en handhavingskader?

Antwoord 13
Ik beschik niet over informatie om te beoordelen of en, zo ja, in hoeverre aanbevelingsalgoritmen, livestreams en influencer content dezelfde functie vervullen als gepersonaliseerde reclame. Het is aan de bevoegde toezichthouders om daar een oordeel over te vellen. Dergelijke praktijken vallen onder het bestaande juridische kader. Naast de DSA gaat het onder meer om de AVG, de e-privacy richtlijn, de regels voor audiovisuele mediadiensten, en consumentenwetgeving.

Vraag 14
Hoe wordt geborgd dat producten die via TikTok Shop worden aangeboden voldoen aan Europese productveiligheids- en consumentenwetgeving, en welke mogelijkheden hebben toezichthouders om hierop toezicht te houden en handhavend op te treden? Klopt het dat TikTok verantwoordelijk is voor de productaansprakelijkheid, zoals opgenomen in de nieuwe EU implementatierichtlijn?

Antwoord 14
Producten die via TikTok Shop worden verkocht, moeten voldoen aan de Europese regels voor productveiligheid en consumentenbescherming. Verkopers en online marktplaatsen hebben, onder meer op basis van de

Europese Algemene Productveiligheidsverordening[8], consumentenwetgeving, en de DSA, bepaalde verantwoordelijkheden.
Het is belangrijk dat deze regels effectief gehandhaafd worden door toezichthouders zoals de NVWA, de ACM en de Europese Commissie. Zij kunnen handhavend optreden als producten onveilig zijn, consumenten worden misleid of online platforms hun verantwoordelijkheden niet naleven. Zoals tevens aangegeven in het antwoord op vraag 6, houden de markttoezichthouders de ontwikkelingen in de e-commerce sector, waaronder de import van non-conforme producten uit derde landen, dan ook scherp in de gaten en versterken het toezicht hierop. Ook is sprake van coördinatie tussen toezichthouders. Zo werken de ACM, de Europese Commissie en toezichthouders uit andere lidstaten nauw samen in het kader van het toezicht op de DSA.
Op grond van de herziene EU-richtlijn productaansprakelijkheid (Richtlijn (EU) 2024/2853) kan TikTok alleen in bijzondere omstandigheden aansprakelijk worden gesteld. Of TikTok aansprakelijk is, hangt namelijk af van de specifieke omstandigheden en de rol die TikTok in de keten vervult. In beginsel is bij verkoop van een gebrekkig product via een onlineplatform de in de EU gevestigde fabrikant aansprakelijk. Als de fabrikant buiten de EU gevestigd is, geldt een getrapt stelsel. In dat geval zijn eerst de importeur van het gebrekkige product in de EU of de gemachtigde van de fabrikant aansprakelijk en bij het ontbreken daarvan de fulfilmentdienstverlener (een partij die logistieke diensten verricht, zoals opslag, verpakking, adressering en verzending van een product). De aanbieder van het onlineplatform is slechts aansprakelijk als deze het gebrekkige product presenteert op een wijze die een gemiddelde consument doet geloven dat het product door het platform zelf wordt verstrekt én wanneer geen andere aansprakelijke marktdeelnemer (zoals de fabrikant, importeur, gemachtigde of fulfilmentdienstverlener) kan worden aangewezen op grond van de Richtlijn.
TikTok heeft desgevraagd richting mij aangegeven verschillende maatregelen te hebben genomen om productveiligheid te waarborgen. Zo verplicht TikTok verkopers om hun identiteit te verifiëren (via overheidsdocumenten voor zelfstandigen of bedrijfsregistratiegegevens voor rechtspersonen) en vereist zij compliance-informatie te verstrekken voordat producten mogen worden aangeboden. Nieuwe verkopers krijgen een proefperiode met accountbeperkingen.

Vraag 15
Welke kansen ziet u in de aangekondigde Digital Fairness Act om verslavende ontwerpkeuzes, manipulerende verkooptechnieken en andere vormen van digitale gedragssturing gericht op kwetsbare consumenten aan banden te leggen?

Antwoord 15
In een relatief korte periode zijn diverse Europese wetten in werking getreden in het digitale domein, zoals de DSA en de AI-act. De inzet van het kabinet ziet daarom in eerste instantie op een versterking van de handhaving van bestaande Europese regelgeving. Het is daarom goed dat de Europese Commissie actief bezig is met de handhaving van de DSA ten aanzien van zeer grote online platforms, waaronder TikTok (zie tevens het antwoord op vraag 6).
De DFA kan dienen als gerichte aanpak voor het reguleren van schadelijke online handelspraktijken, zoals verslavend ontwerp van digitale diensten. In dit kader pleit Nederland in Brussel voor het verbieden van ontwerptechnieken – waaronder algoritmes – die het welzijn van consumenten schaden, meer controlemogelijkheden voor gebruikers en overname van het verbod op «*dark patterns*» uit de DSA (artikel 25) in het consumentenrecht.

Vraag 16
Bent u bereid zich in Europees verband actief in te zetten voor aanvullende bescherming van minderjarigen en financieel kwetsbare consumenten binnen social commerce-platforms zoals TikTok Shop? Zo nee, waarom niet?

[8] Verordening (EU) 2023/988.

Antwoord 16
Ik ben in Europees verband actief betrokken bij beraadslagingen over de DFA. De Europese Commissie beoogt met de DFA onder andere de commerciële uitbuiting van kwetsbaarheden van consumenten aan te pakken.[9] In dat kader wil de Europese Commissie de DFA ook specifiek richten op de bescherming van minderjarigen. De Nederlandse inzet bij de DFA heb ik besproken in mijn antwoorden op vraag 6 en vraag 15.[10]

Vraag 17
In hoeverre acht u het wenselijk dat digitale platforms via algoritmen en verkooptechnieken consumptie stimuleren, terwijl Nederland en de Europese Unie tegelijkertijd inzetten op een circulaire economie, consuminderen en het verminderen van grondstoffengebruik? Ziet u hierin een beleidsmatige spanning?

Antwoord 17
Ja, hierin kan een beleidsmatige spanning bestaan. In het Nationaal Programma Circulaire Economie zet het kabinet onder andere in op het efficiënter grondstoffengebruik en het bevorderen van circulair consumentengedrag. Het kabinet zoekt een balans tussen ondernemingsruimte op de vrije markt en de draagkracht van de aarde. Uit gedragswetenschappelijke inzichten blijkt dat de omgeving waarin mensen keuzes maken sterk van invloed is op hun gedrag. Daarom werkt het kabinet aan het makkelijker, logischer en eerlijker maken van circulaire keuzes voor consumenten. Digitale platforms kunnen daarbij zowel een uitdaging als een kans vormen. Zij kunnen consumptie stimuleren, maar ook circulaire verdienmodellen zoals tweedehands handel, reparatie, delen en verhuur faciliteren. Het kabinet blijft zich, binnen bestaande nationale en Europese kaders, inzetten voor een keuzeomgeving waarin consumenten op basis van duidelijke en betrouwbare informatie een keuze kunnen maken, zonder misleidende of manipulatieve verkooptechnieken.

Vraag 18
Hebben al meer bedrijven zich gemeld bij de Nederlandse overheid dat zij met een vergelijkbare online shop op de markt gaan komen? Zo ja, wat kunt u hierover met ons delen? En hoe zal er getoetst worden of zij voldoen aan alle wettelijke kaders en toegelaten worden?

Antwoord 18
Nederland kent een vrij ondernemingsklimaat. Dit betekent dat er geen plicht bestaat voor ondernemingen om zich te melden bij de Nederlandse overheid als zij met een online shop op de markt komen. De Nederlandse overheid toetst dan ook niet vooraf of een onderneming tot de markt wordt toegelaten. Uiteraard moeten ondernemers zich wel houden aan de toepasselijke wet- en regelgeving zodra zij de Nederlandse markt betreden en is het van belang deze regels effectief te handhaven.

---

[9] Call for evidence by the European Commission on the Digital Fairness Act, https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/14622-Digital-Fairness-Act_en.

[10] Non-paper by the Netherlands on the Digital Fairness Act, https://www.rijksoverheid.nl/documenten/2025/11/12/non-paper-digital-fairness-act.