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

2490

Vragen van de leden **Bühler**, **Inge van Dijk** en **Zwinkels** (allen CDA) aan de Ministers van Economische Zaken en Klimaat en van Financiën en de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over *het bericht «Tiktokshop komt naar Nederland, «een giftige cocktail voor impulsaankopen»»* (ingezonden 16 juni 2026).

Antwoord van Minister **Herbert** (Economische Zaken en Klimaat), mede namens de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat (ontvangen 7 juli 2026).

Vraag 1
Bent u bekend met het artikel «Tiktokshop komt naar Nederland, «een giftige cocktail voor impulsaankopen»» van de NOS?[1] Erkent u dat de combinatie van sociale media, verslavende aanbevelingsalgoritmen en directe aankoopmogelijkheden het risico op impulsieve en onverantwoorde aankopen vergroot?

Antwoord 1
Ja, ik ben bekend met het artikel. Ik erken dat de combinatie van sociale media, gepersonaliseerde aanbevelingsalgoritmen en directe aankoopmogelijkheden het risico op impulsieve aankopen kan vergroten.

Vraag 2
Hoe beoordeelt u de verenigbaarheid van de Tiktokshop met Europese consumentenbeschermingsregels, nu gebruikers producten kunnen aanschaffen zonder de app te verlaten en daarmee voortdurend worden blootgesteld aan commerciële prikkels? Acht u het risico reëel dat hierbij sprake is van verboden manipulatieve ontwerpkeuzes (*dark patterns*)?

Antwoord 2
Ik deel de zorgen over manipulatieve ontwerpkeuzes bij sommige webshops. In dat kader zet het kabinet via de aangekondigde *Digital Fairness Act* (DFA) in op een verdere aanpak van *dark patterns* door het reeds bestaande verbod

[1] NOS.nl, 14 juni 2026, «Tiktokshop komt naar Nederland, «een giftige cocktail voor impulsaankopen»» Tiktokshop komt naar Nederland, «een giftige cocktail voor impulsaankopen»

ah-tk-20252026-2490
ISSN 0921 - 7398
's-Gravenhage 2026

uit de Digital Services Act (DSA)[2] over te nemen in het algemene consumentenrecht en het expliciet verbieden van specifieke *dark patterns*, zoals het emotioneel manipuleren van consumenten om bepaalde acties te verrichten[3]. Daarnaast is misleiding van consumenten reeds verboden onder het bestaande consumentenrecht. Of er sprake is van een overtreding is aan het oordeel van de toezichthouder Autoriteit Consument en Markt (ACM).

Vraag 3
Heeft u inzicht in de wijze waarop de Tiktokshop gebruikmaakt van livestreamverkoop, aftellende aanbiedingen, schaarsteclaims en *influencer* marketing? Erkent u dat deze technieken specifiek zijn ontworpen om consumenten aan te zetten tot snelle en impulsieve aankopen en daarmee het risico op financiële problemen kunnen vergroten, met name onder jongeren?

Antwoord 3
Ik erken dat deze verkooptechnieken consumenten – en met name jongeren – kunnen aanzetten tot impulsieve aankopen en daarmee het risico op financiële problemen kunnen vergroten. Dat is zorgelijk. TikTok geeft aan een leeftijdsgrens van 18 jaar te hanteren voor de Tiktokshop. Op grond van het consumentenrecht zijn misleidende praktijken – zoals misleidende aftelklokken en het onterecht claimen van schaarste- reeds verboden[4]. Monitoring en handhaving hiervan valt in Nederland onder de verantwoordelijkheid van ACM.

Vraag 4
Welke concrete stappen zetten de Autoriteit Consument & Markt (ACM) en andere bevoegde toezichthouders, waaronder de Autoriteit Persoonsgegevens en de Europese Commissie in het kader van de Europese digitaledienstenverordening (*Digital Services Act*), om de Tiktokshop vanaf de introductie actief te controleren op overtredingen van de toepasselijke regelgeving? Acht u deze toezichthouders voldoende toegerust qua bevoegdheden en capaciteit?

Antwoord 4
De ACM en de Europese Commissie houden toezicht op de naleving van de DSA. In het geval van «zeer grote online platforms» zoals Tiktok is dit primair de taak van de Europese Commissie. De Autoriteit Persoonsgegevens (AP) houdt toezicht op naleving van de AVG.
Voor een «zeer groot online platform» als Tiktok gelden op basis van de DSA de meest strenge eisen. Zo is TikTok 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 systeem risico's. Naar ik begrijp heeft TikTok voorafgaand aan de lancering van Tiktokshop 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 systeem risicobeoordeling onder de DSA heeft uitgevoerd. Ook heeft TikTok desgevraagd aangegeven doorlopend contact te houden met nationale toezichthouders. TikTok is niet gevestigd in Nederland, maar in Ierland. Hierdoor is het handhavingsperspectief van de ACM wanneer het gaat om optreden op basis van de DSA in deze casus beperkt. Dit is aan de Europese Commissie en de Ierse toezichthouder. Wel werkt de ACM nauw samen met de Europese Commissie en de Ierse toezichthouder, bijvoorbeeld door het verzamelen en doorsturen van ontvangen meldingen over Tiktok(shop). De ACM heeft naar aanleiding van de inwerkingtreding van de DSA extra capaciteit gekregen om haar taken uit te voeren.

---

[2] Zie artikel 25 van de DSA: aanbieders van onlineplatforms ontwerpen, organiseren of beheren hun online-interfaces niet zodanig dat zij de afnemers van hun dienst misleiden of manipuleren of hun vermogen.
[3] Zie Non-paper by the Netherlands on the Digital Fairness Act | Rijksoverheid.nl.
[4] Booking past website aan na optreden van de Europese consumententoezichthouders | ACM.

Vraag 5
Bent u bereid de introductie van de Tiktokshop actief te monitoren, waaronder consumentenklachten, retourpercentages, signalen van misleiding en problematische impulsaankopen, en de Kamer hierover periodiek te informeren?

Antwoord 5
De ACM heeft richting mij aangegeven actief te zullen toezien op de naleving van de relevante wet- en regelgeving, waaronder het monitoren van consumentenklachten en andere parameters die zij relevant acht. Ook de Europese Commissie houdt actief toezicht op de naleving van de DSA. Zo heeft de Europese Commissie in februari 2026 het voorlopig oordeel gepubliceerd dat het verslavende ontwerp op TikTok in strijd is met de DSA.[5] De ACM staat in dit verband ook in nauw contact met de Europese Commissie en de Ierse toezichthouder op de DSA. Mochten hieruit bevindingen komen die van belang zijn voor het bredere beleid, dan zal ik de Kamer hierover informeren.

Vraag 6
Welke ervaringen zijn bij u bekend uit landen waar de Tiktokshop reeds actief is, waaronder meldingen van consumentenmisleiding, agressieve verkooppraktijken en handhavingsmaatregelen door toezichthouders? Welke lessen trekt u hieruit voor de Nederlandse situatie?

Antwoord 6
Ik beschik niet over specifieke inzichten over de effecten van Tiktokshop in andere landen. Waar nodig werkt de ACM echter (in het kader van de DSA en consumentenwetgeving) samen met toezichthouders uit andere lidstaten.

Vraag 7
Deelt u de opvatting dat de bestaande regelgeving onvoldoende is toegesneden op *social-commerce* platforms die aanbevelingsalgoritmen, *influencer* marketing en directe aankoopfunctionaliteiten combineren? Zo nee, waarop baseert u die conclusie? Zo ja, welke aanvullende maatregelen zult u in Europees verband bepleiten?

Antwoord 7
Momenteel biedt bestaande regelgeving – onder meer de DSA, de AVG en de consumentenwetgeving – al een stevig kader voor *social-commerce* platforms. Zo is TikTok in het kader van de DSA verplicht om jaarlijks systeemrisicobeoordelingen uit te voeren en moet het bedrijf voldoen aan regels met betrekking tot transparantie van aanbevelingssystemen en het tegengaan van manipulatieve ontwerpkeuzes (dark patterns). Van een dark pattern onder de DSA is sprake in het geval dat online platforms hun interface zodanig ontwerpen, organiseren of beheren dat zij de afnemers van hun dienst misleiden of manipuleren of hun vermogen om vrije en geïnformeerde beslissingen te nemen, anderszins wezenlijk verstoren of ondermijnen.
Daarbovenop biedt de DFA, die momenteel in Europees verband wordt ontwikkeld, een goede mogelijkheid om de bestaande consumentenregelgeving verder aan te scherpen. Hiermee zal aanvullende bescherming worden geboden aan consumenten online, met name voor kwetsbare groepen zoals jongeren. In dat kader zet ik mij actief in voor de opname van een verbod op verslavende ontwerptechnieken, meer controlemogelijkheden voor gebruikers en een verbod op *dark patterns* in het consumentenrecht. Met deze aanvullende regelgeving zal een nog stevigere basis worden gelegd voor de regulering van social-commerceplatforms.

[5] Zie https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_26_312.