

2026Z11803

Vragen van de leden **Inge van Dijk**, **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).

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

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?

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?

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?

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?

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-denken~b6abc7dba/OTYfkYH1jbTaM%3D&reserved=0>

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

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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 handhavingkader?

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?

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?

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?

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?

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?