Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2026–2027

Vragen gesteld door de leden der Kamer

2026Z22747

Vragen van het lid **Krul** (CDA) aan de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *het bericht «Hoe de voedingsindustrie ruim baan krijgt om tegen Wet kindermarketing te lobbyen»* (ingezonden 21 oktober 2026).

Vraag 1
Kent u het bericht «Hoe de voedingsindustrie ruim baan krijgt om tegen Wet kindermarketing te lobbyen»?[1]

Vraag 2
Wat is uw reactie op de conclusie van het artikel dat de voedselindustrie intensief betrokken is bij de Wet kindermarketing, terwijl gezondheidsorganisaties veel minder in de gelegenheid zijn en worden gesteld mee te praten?

Vraag 3
Kunt u precies aangeven hoe en op welke momenten de voedselindustrie, in ieder geval de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) en de Vereniging voor de Bakkerij- en Zoetwarenindustrie (VBZ), betrokken zijn (geweest) bij de totstandkoming van de Wet kindermarketing?

Vraag 4
Klopt het dat de FNLI en de VBZ hebben kunnen meelezen en meedenken op concept-Kamerbrieven? Zo ja, op welke brieven en tot welke aanpassingen heeft dit geleid?

Vraag 5
Kunt u precies aangeven hoe en op welke momenten andere net zo relevante maatschappelijke stemmen zoals de gezondheidsfondsen betrokken zijn (geweest) bij de totstandkoming van de Wet kindermarketing?

Vraag 6
Deelt u de mening dat de voedselindustrie een groot belang heeft bij het zo min mogelijk reguleren van kindermarketing en dat het daarom des te belangrijker is dat ook stemmen die het gezondheidsbelang vertegenwoordi-

[1] NRC, 19 oktober 2026, «Hoe de voedingsindustrie ruim baan krijgt om tegen Wet kindermarketing te lobbyen», Hoe de voedingsindustrie ruim baan krijgt om tegen Wet kindermarketing te lobbyen – NRC.

gen betrokken worden? Zo ja, in hoeverre bent u van mening dat deze verschillende perspectieven voldoende zijn meegenomen?

Vraag 7
Kunt u per geschrapte maatregel of marketingtechniek (algemene norm, antropomorfische afbeeldingen van dieren, fantasiefiguren, producten in de vorm van een dier, speelgoed gekoppeld aan het (verpakte) product en gebruik van de term «kind») aangeven waarom deze uit het wetsvoorstel is geschrapt en of hierover verschil van inzicht bestond tussen uw ambtenaren en de voedselindustrie?

Vraag 8
Klopt het dat een interne jurist heeft gewaarschuwd dat uitzonderingen «juridisch kwetsbaar» zijn? Zo ja, kunt u deze overwegingen met de Kamer delen?

Vraag 9
Deelt u de mening dat het nog steeds van het grootste belang is dat de Wet kindermarketing er snel komt, gezien de toenemende problemen met overgewicht bij kinderen en de ineffectiviteit van vrijblijvende afspraken?

Vraag 10
Deelt u de mening dat afzwakkingen van het wetsvoorstel niet in lijn zijn met het coalitieakkoord, waarin juist is afgesproken dat de wet die kindermarketing gaat reguleren aangescherpt wordt? Zo ja, hoe gaat u het coalitieakkoord uitvoeren?

Vraag 11
Bent u bereid om er vanaf nu voor te zorgen dat zowel de voedselindustrie als gezondheidsorganisaties in gelijke mate betrokken worden bij de Wet kindermarketing?