

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

2062

Vragen van de leden **Inge van Dijk, Zwinkels, Lohman, Krul** (allen CDA) aan de Ministers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, van Financiën en de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over *online beïnvloeding van jongeren en regelgeving rondom influencers* (ingezonden 15 april 2026).

Antwoord van Staatssecretaris **Aerdts** (Economische Zaken en Klimaat) (ontvangen 28 mei 2026). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2025–2026, nr. 1821.

Vraag 1

Bent u bekend met de onderzoeken van Wijzer in Geldzaken en de Universiteit Utrecht dat veel jongeren zich bij financiële beslissingen laten beïnvloeden voor influencers met loze beloften over snel geld verdienen en dat met name kwetsbare jongeren hierdoor in de problemen kunnen komen, terwijl influencers vooral hun eigenbelang dienen?^{1, 2}

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Bent u bekend met het recente onderzoek van de Radboud Universiteit dat influencers zonder medische achtergrond mensen met hun gezondheidsadviezen medische misinformatie kunnen verstrekken, bijvoorbeeld met oproepen om geen zonnebrand meer te gebruiken of te stoppen met hormonale anticonceptie?³

Antwoord 2

Ja.

¹ Universiteit Utrecht, 17 maart 2025, «Influencers dienen vooral hun eigenbelang» (<https://www.uu.nl/nieuws/influencers-dienen-vooral-hun-eigenbelang>)

² Wijzer in Geldzaken, 11 maart 2024, «Tweederde jongeren die influencers volgt laat eigen financiële situatie hierdoor beïnvloeden» (<https://www.wijzeringeldzaken.nl/pers/Tweederde-jongeren-die-influencers-volgt-laat-eigen-financiele-situatie-hierdoor-beïnvloeden/>)

³ Radboud Universiteit, 27 juni 2025, «Zo zetten influencers je met gezondheidsadviezen op het verkeerde been» (<https://www.ru.nl/diensten/recharge/overzicht/zo-zetten-influencers-je-met-gezondheidsadviezen-op-het-verkeerde-been>)

Vraag 3

Bent u bekend met de recente waarschuwingen van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) over de risico's van supplementen, waar verboden of onveilige stoffen in kunnen zitten, bijvoorbeeld bij teveel inname of verkeerde combinaties waardoor schade aan de gezondheid kan ontstaan, en de publicatie van een Blocklist?⁴

Antwoord 3

Ja.

Vraag 4

Deelt u de zorg dat jongeren in toenemende mate informatie over onder meer financiële zaken, gezondheid en maatschappelijke vraagstukken verkrijgen via sociale media en influencers, en dat dit risico's kan meebrengen wanneer informatie onjuist, onvolledig of misleidend is?

Antwoord 4

Ja.

Vraag 5

Bent u bekend met het artikel ««Geen diploma, geen video»: nieuwe Chinese wetgeving voor influencers leidt tot verhit online debat»? En het initiatief van de Chinese overheid om eisen te stellen aan influencers te beschikken over aantoonbare deskundigheid wanneer zij over bepaalde maatschappelijke thema's, zoals gezondheid, voeding en financiën adviseren?⁵

Antwoord 5

Ja.

Vraag 6

Vind u dat ook in Nederland strengere regels zouden moeten gelden voor influencers die over maatschappelijke thema's, zoals gezondheid, voeding en financiën mogen adviseren, zoals het beschikken over aantoonbare deskundigheid of expliciete vermelding dat hiervan geen sprake is, omdat zulke adviezen niet zonder risico's zijn?

Antwoord 6

Het is zorgelijk dat mensen, in het bijzonder jongeren, in toenemende mate worden blootgesteld aan onjuiste informatie van influencers, bijvoorbeeld over gezondheidsonderwerpen en geldzaken. Dit kan hen aanzetten tot keuzes die zij anders niet zouden maken, met negatieve gevolgen als resultaat. Tegelijkertijd is het belangrijk om de vrijheid van meningsuiting ook online te bewaken.

Het kabinet vindt het onwenselijk dat aanbevelingssystemen problematische inhoud versterken, en vindt het daarom belangrijk dat inhoud van kwaliteitsmedia zichtbaarder wordt gesteld. Het kabinet werkt dan ook, binnen het kader van de Audiovisuele Mediadienstenrichtlijn (AVMSD), aan het invoeren van prominentiemaatregelen om de zichtbaarheid en vindbaarheid van aanbod van algemeen belang te vergroten.

Vraag 7

Kunt u onderzoeken of het mogelijk is om aanvullende eisen aan deskundigheid te stellen bij adviseren op terreinen waar desinformatie een verhoogd risico inhoudt, met name voor kwetsbare groepen, zoals over financiën, voedings- (en specifiek over Voedingssupplementen en kruidensupplementen) en gezondheidsadviezen?

⁴ Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit, 22 januari 2026, «NVWA publiceert Blocklist van supplementen met verborgen gevaarlijke stoffen» (<https://www.nvwa.nl/actueel/nieuws/2026/01/22/nvwa-publiceert-blocklist-van-supplementen-met-verborgen-gevaarlijke-stoffen>)

⁵ VRT, 4 november 2025, ««Geen diploma, geen video»: nieuwe Chinese wetgeving voor influencers leidt tot verhit online debat» («Geen diploma, geen video»: nieuwe Chinese wetgeving voor influencers leidt tot verhit online debat | VRT NWS Nieuws)

Antwoord 7

Door de opkomst van influencers kan het onderscheid tussen reclame, sponsoring en productplaatsing vervagen. Op dit moment is het niet altijd duidelijk welke regels van toepassing zijn, met name in relatie tot consumentenwetgeving en de AVMSD. Het is vooraleerst belangrijk dat influencers duidelijkheid hebben over welke regels op hen van toepassing zijn, om de naleving te verbeteren. In zowel het non-paper over de Digital Fairness Act⁶, als in het non-paper over de herziening van de AVMSD⁷, is opgenomen dat het noodzakelijk is de toepasselijke regels goed af te stemmen, zodat de regels voor influencers duidelijk en handhaafbaar zijn.

Vraag 8

Zou het bijvoorbeeld mogelijk zijn een disclaimer te verplichten bij posts van influencers waaruit voor een breed publiek eenvoudig te herleiden is dat het niet om deskundig advies gaat, bijvoorbeeld #NietDeskundig, #GeenDiploma of #GeenExpert.

Antwoord 8

Zie het antwoord op vraag 6 en 7. Het kabinet heeft recent de Europese Commissie opgeroepen om regels voor influencers te verduidelijken. Het kabinet kijkt met interesse naar de voorstellen van de Europese Commissie op dit punt. Daarnaast wijst het kabinet op het belang van co- en zelfregulering, hiermee wordt de sector aangespoord om (binnen de wettelijke kaders) zelf normen te stellen en te handhaven. De ervaringen met de Nederlandse Reclame Code zijn positief. Deze vorm van co-regulering draagt bij aan verantwoorde en betrouwbare reclame-uitingen⁸.

Vraag 9

Bent u bereid om ook in Europees verband in te zetten op betere consumentenbescherming bij online advisering over mogelijk risicovolle producten, en met name op aanvullende eisen aan (informatie over) deskundigheid? Bijvoorbeeld via Digital Services Act, richtlijnen voor consumentenbescherming of de Digital Fairness Act?

Antwoord 9

Zoals aangegeven in de antwoorden op vragen 7 en 8 zet het kabinet op Europees niveau in op betere regulering van influencers. In welk wetgevingsinitiatief dit het beste past, wordt nog onderzocht. De uiteindelijke keuze hierin ligt bij de Europese Commissie. Het kabinet heeft zijn standpunt over influencers wel reeds kenbaar gemaakt via een non-paper in het kader van de herziening van de AVMSD. Daarnaast pleitte het kabinet in een non-paper over de Digital Fairness Act (DFA) voor duidelijkere regels voor influencers door meer duidelijkheid te geven over de reikwijdte van de AVMSD en het consumentenrecht. Daarnaast stelde het kabinet voor om in de EU meer in te zetten op het certificeren van influencers⁹. Tot slot stelt het kabinet in hetzelfde non-paper risico's te zien bij finfluencing, met name natuurlijk wanneer illegale financiële producten en diensten worden gepromoot. Het kabinet verzoekt de Europese Commissie daarom om dit soort handelspraktijken te verbieden via een aanpassing van het EU-consumentenrecht¹⁰.

⁶ 1 Ministerie van Economische Zaken en Klimaat (2025) Non-paper by the Netherlands on the Digital Fairness Act | Rapport | Rijksoverheid.nl

⁷ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2026) Non-paper over de herziening van de richtlijn audiovisuele mediadiensten NL | Rapport | Rijksoverheid.nl

⁸ Zie: www.reclamecode.nl. De Stichting Reclame Code werkt bijvoorbeeld aan de certificering van influencers, zie www.influencerregels.com.

⁹ Ibidem, p. 6.

¹⁰ Ibidem.