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

2388

Vragen van het lid **Teunissen** (PvdD) aan de Ministers van Klimaat en Groene Groei en van Infrastructuur en Waterstaat over *een reclameverbod voor ultra fast fashion* (ingezonden 11 juni 2026).

Antwoord van Minister **Van Veldhoven-van der Meer** (Klimaat en Groene Groei) (ontvangen 26 juni 2026)

Vraag 1
Bent u bekend met de EenVandaag-uitzending over een reclameverbod op ultra fast fashion?[1]

Antwoord 1
Ja.

Vraag 2
Deelt u de opvatting dat reclame voor ultra fast fashion-producten via sociale media (zoals TikTok Shop), aanbevelingsalgoritmen en influencermarketing bijdraagt aan overconsumptie van textiel en daarmee op gespannen voet staat met de Nederlandse én Europese doelstellingen op het gebied van circulaire economie en grondstoffengebruik? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2
Ja, die opvatting deel ik. In het Nationaal Programma Circulaire Economie zet het kabinet onder andere in op het efficiënter grondstoffengebruik en het bevorderen van circulair consumentengedrag. Het sterk groeiende verdienmodel van ultra fast fashion platforms staan hiermee op gespannen voet en stimuleren het tegenovergestelde. Deze producten bestaan vaak uit textiel van lage kwaliteit met een korte levensduur en worden tegen lage prijzen aangeboden. Daarnaast zorgt de instroom van grote hoeveelheden laagwaardig textiel ervoor dat hergebruik en hoogwaardige recycling onder druk staat. Ook de Inspectie Leefomgeving en Transport benoemt deze

[1] *EenVandaag, 8 juni 2026*, «Kan verbod op slimme advertenties van Shein en Temu ultra-fast fashion tegengaan? «We onderschatten invloed van reclames»». (https://eenvandaag.avrotros.nl/artikelen/kan-verbod-op-slimme-advertenties-van-shein-en-temu-ultra-fast-fashion-tegengaan-we-onderschatten-invloed-van-reclames-163868)

ah-tk-20252026-2388
ISSN 0921 - 7398
's-Gravenhage 2026

problemen.[2]Bovendien maken bepaalde platforms gebruik van diverse reclame- en marketingtechnieken, zoals nepkortingen, aftelklokken en meldingen van beperkte beschikbaarheid, om consumenten te verleiden tot het kopen van grote hoeveelheden trendgevoelige kleding.

Vraag 3
In hoeverre acht u het wenselijk dat met name jongeren en financieel kwetsbare consumenten via ultra fast fashion-platforms worden blootgesteld aan koopprikkels voor goedkope kledingproducten? Ziet u een relatie tussen dergelijke verkooptechnieken, impulsaankopen en de financiële weerbaarheid van consumenten?

Antwoord 3
Het is belangrijk dat consumenten, met name jongeren en financieel kwetsbare groepen, hun keuzes kunnen baseren op duidelijke en betrouwbare informatie en niet worden beïnvloed door misleidende verkooptechnieken. Daarom zetten de ACM[3] en Europese toezichthouders[4] zich actief in voor de naleving van de consumentenregels en spreken zij deze platforms hierop aan. Eerder hebben Europese consumententoezichthouders vastgesteld dat bepaalde ultra fast fashion-platforms gebruikmaken van technieken, zoals nepkortingen, aftelklokken en meldingen van beperkte beschikbaarheid, die consumenten kunnen aanzetten tot impulsieve aankopen en in strijd zijn met het consumentenrecht. De consumententoezichthouders roepen de platforms op hun handelspraktijken in overeenstemming te brengen met het consumentenrecht. Omdat deze platforms in meerdere Europese landen dezelfde mogelijke overtredingen begaan, is gekozen voor een gezamenlijke aanpak van de Europese consumententoezichthouders. Ook de ACM neemt deel aan deze actie. Het overtreden van consumentenregels kan de financiële weerbaarheid van consumenten onder druk zetten.

Vraag 4
In hoeverre acht u een benadering voor ultra fast fashion-producten juridisch en beleidsmatig haalbaar, zoals in verschillende sectoren waarbij beperkingen of verboden gelden op reclame wanneer producten of diensten aantoonbaar negatieve maatschappelijke gevolgen hebben, zoals bij tabak, kansspelen en bepaalde financiële producten?

Antwoord 4
Het kabinet ziet dat er zorgen bestaan over de impact van ultra fast fashion en de wijze waarop deze producten worden gepromoot. Voor ultra fast fashion ontbreekt op dit moment een dergelijke juridische afbakening. Om een eventueel verbod of vergaande beperking van reclame juridisch houdbaar te maken, is een dergelijke heldere definitie nodig van wat onder ultra fast fashion wordt verstaan en op welke gronden een beperking gerechtvaardigd is.
Daarbij geldt dat reclameregulering een beperking vormt van de vrijheid van meningsuiting en daarom alleen mogelijk is wanneer daarvoor een voldoende zwaarwegend algemeen belang bestaat en de maatregel proportioneel en goed afgebakend is. Het kabinet ziet het vaststellen van een duidelijke definitie als eerste stap. Dit onderwerp wordt op Europees niveau opgepakt, gezien het belang van harmonisatie binnen de textielsector. Nederland, Duitsland en Frankrijk brengen een non-paper in bij de Milieuraad waarin wij pleiten voor een Europese definitie van ultra fast fashion.
Daarna worden de juridische mogelijkheden verder onderzocht. Het kabinet kan nog niet vooruitlopen op de uitkomsten van deze verkenning. Op het gebied van illegale reclame gelden er Europese regels onder de Digital Services Act (DSA). Deze regels zijn sinds 2024 van kracht. Zij verplichten platforms om illegale content en misleiding tegen te gaan. Ook het gebruik

[2] ILT: Fast fashion ondermijnt circulaire kledingketen | Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT), 4 juni 2025
[3] ACM: ACM en Europese consumententoezichthouders: SHEIN moet website aanpassen | ACM, 26 mei 2025
[4] EU toezichthouders: EU toezichthouders: Temu moet zich houden aan consumentenregels | ACM, 8 november 2024

van misleidende verkooptechnieken en zogenoemde dark patterns valt hieronder.

Vraag 5
Bent u bekend met de maatregelen die in Frankrijk en Italië zijn genomen of voorgesteld om reclame voor ultra fast fashion te beperken?

Antwoord 5
Ja.

Vraag 6
Bent u bereid om, in navolging van Frankrijk en Italië, te onderzoeken of een Nederlandse definitie van ultra fast fashion kan worden opgesteld?

Antwoord 6
Ja, Nederland bepleit samen met andere lidstaten een Europese definitie en gezamenlijke aanpak van ultra fast fashion. Hierbij kan worden gekeken naar bestaande voorbeelden, zoals in Frankrijk.

Vraag 7
Wat is uw beleidsambitie op de breed aangenomen motie Stoffer c.s. over voor het begrotingsdebat lenW komen met een actieplan om ultrafast fashion aan te pakken (Kamerstuk 32 852, nr. 372) die oproept om de Franse anti ultra fast fashionwet te vertalen naar Nederland? Wanneer kunnen we concrete beleidsacties verwachten hieromtrent?

Antwoord 7
In de voortgangsrapportage textiel van 2025 is de Kamer geïnformeerd over de aanpak ultra fast fashion naar aanleiding van motie Stoffer c.s. Daarnaast heeft de Textieltafel, onder leiding van de Speciaal Regeringsvertegenwoordiger Circulaire Economie Steven van Eijck, partijen uit de textielketen samengebracht om te werken aan oplossingen voor de inzameling, sortering en recycling van textiel. In het rapport «Samen verder in Circulair Textiel» doet de Textieltafel aanbevelingen om de circulaire textielketen te versterken. De Kamer ontvangt voor de zomer een kabinetsreactie, inclusief de verdere uitwerking van de aanpak van ultra fast fashion.