Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2026–2027

Aanhangsel van de Handelingen

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

336

Vragen van het lid **Bühler** (CDA) aan de Minister van Economische Zaken en Klimaat over *het bericht «Zo word je verleid om snel en meer te kopen (en zo weersta je ze)»* (ingezonden 17 september 2026).

Antwoord van Staatssecretaris **Aerdts** (Economische Zaken en Klimaat) (ontvangen 12 oktober 2026).

Vraag 1
Bent u bekend met het bericht «Zo word je verleid om snel en meer te kopen (en zo weersta je ze)»?[1]

Antwoord 1
Ja.

Vraag 2
Herkent u het beeld dat consumenten steeds vaker worden beïnvloed door webshops die ingericht zijn met misleidende ontwerptechnieken, zoals *dark patterns*?

Antwoord 2
Ja.

Vraag 3
Bent u het ermee eens dat de verkoop door websites met trucs zoals niet-authentieke aftelklokken, kunstmatige schaarste, sturende omgeving, nepbeoordelingen en vooraf aangevinkte extra's een onwenselijke ontwikkeling is?

Antwoord 3
Ja, daar ben ik het mee eens. Op grond van het consumentenrecht (Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, OHP) is het bedrijven niet toegestaan om commerciële *dark patterns* te gebruiken wanneer deze oneerlijke handelspraktijken zijn, zoals bedoeld in de richtlijn OHP. *Dark patterns* zijn manipulatieve

[1] AD, 16 september 2026, «Deze trucs passen webshops toe om jou te verleiden snel en meer te kopen (en zo weersta je ze)» Deze trucs passen webshops toe om jou te verleiden snel en meer te kopen (en zo weersta je ze) | Geld | AD.nl

ah-tk-20262027-336
ISSN 0921 - 7398
's-Gravenhage 2026

of misleidende technieken die consumenten ertoe aan kunnen zetten om keuzes te maken die niet in hun belang zijn.
Het merendeel van de door u benoemde verleidingstechnieken staat al op de zogenaamde «zwarte lijst» van verboden handelspraktijken. Zo is het handelaren onder geen enkele omstandigheid toegestaan om bedrieglijk te beweren dat een product slechts voor een zeer beperkte tijd beschikbaar is, met als doel om de consument onder druk te zetten tot het nemen van een aankoopbeslissing. Op grond hiervan heeft de ACM in juni 2023 tientallen webshops bevolen te stoppen met het gebruik van misleidende countdowntimers.[2] Ook het (laten) plaatsen van valse beoordelingen is expliciet verboden. In 2024 sprak de ACM 14 handelaren aan op het aanbieden en plaatsen van nepreviews.[3] In het geval van vooraf aangevinkte extra's (zoals een extra betaling) moet een handelaar de uitdrukkelijke toestemming van de consument vragen. Toestemming die wordt afgeleid uit vooraf aangevinkte opties, is niet geldig.

Vraag 4
Hoeveel meldingen heeft de Autoriteit Consument & Markt (ACM) in de afgelopen drie jaar ontvangen over deze praktijken, hoeveel onderzoeken zijn gestart naar deze webshops en in hoeveel gevallen is handhavend opgetreden?

Antwoord 4
De ACM beschouwt meldingen van consumenten niet als de belangrijkste bron voor het bepalen van de omvang van dit probleem, het zou daarom een miskenning van het probleem zijn om deze aantallen te delen. De ACM krijgt weliswaar meldingen over *dark patterns*, maar veel consumenten herkennen *dark patterns* niet, denken dat het geen zin heeft om ze te melden of ze doen een melding over een ander probleem waar een *dark pattern* aan ten grondslag ligt.
Om die reden baseert de ACM haar werk op dit terrein op verschillende bronnen, waaronder onderzoeksrapporten, academisch onderzoek, eigen analyses en *webscrapes*. Er is veel onderzoek dat aantoont dat *dark patterns* wijdverbreid zijn in de digitale wereld[4] en verschillende vormen van schade veroorzaken[5]. *Dark patterns* komen voor bij webshops, maar ook in apps, op sociale media platformen en in videogames. Ten slotte is de verwachting van de ACM dat het probleem van *dark patterns* zich door het gebruik van generatieve AI verder gaat ontwikkelen. *Dark patterns* kunnen sneller worden ontwikkeld, meer op individuele consumenten worden toegesneden en breder worden uitgerold.
In 2020 publiceerde de ACM haar Leidraad «bescherming van de online consument» waarin is uitgelegd welke ontwerptechnieken wel en niet zijn toegestaan.[6] Het optreden tegen webwinkels die gebruik maken van *dark patterns* is een speerpunt voor de ACM.

Vraag 5
Acht u het huidige toezicht en handhavingsinstrumentarium voldoende om deze praktijken tijdig en effectief aan te pakken? Zo ja, waaruit blijkt dat? Zo nee, welke aanvullende maatregelen of bevoegdheden zijn nodig?

Antwoord 5
Zoals aangegeven in het antwoord op vraag 3 zijn veel misleidende en agressieve handelspraktijken reeds verboden op grond van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Bij een overtreding kan de ACM handhavend optreden. Alhoewel de huidige regels een basis bieden, concludeert de Europese Commissie in haar onderzoek uit 2024 (*fitness check on EU*

---

[2] Autoriteit Consument & Markt, «ACM spreekt webshops aan die misleidende countdowntimers gebruiken», https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-spreekt-webshops-aan-die-misleidende-countdowntimers-gebruiken, 27 juni 2023.
[3] https://www.acm.nl/system/files/documents/jaarverslag-2024.pdf, pagina 42
[4] Fitness check on EU consumer law on digital fairness: https://commission.europa.eu/document/707d7404-78e5-4aef-acfa-82b4cf639f55_en
[5] OECD paper dark patterns: https://www.oecd.org/en/publications/dark-commercial-patterns_44f5e846-en.html
[6] https://www.acm.nl/nl/publicaties/leidraad-bescherming-online-consument

consumer law on digital fairness)[7] dat de bestaande regelgeving consumenten onvoldoende bescherming biedt.
Er bestaat een verbod op dark patterns in de *Digital Services Act* (DSA), maar handelspraktijken die onder het consumentenrecht vallen zijn uitgezonderd van dit verbod[8]. Ik pleit daarom voor het overnemen van het verbod op *dark patterns* uit de DSA in de DFA om zo een Europees geharmoniseerd kader te vormen. Ook pleit ik voor een expliciet verbod op enkele specifieke *dark patterns* die een hoog risico hebben op het veroorzaken van schade bij consumenten en die nu nog niet op de zogenaamde «zwarte lijst» van verboden handelspraktijken staan. Deze dark patterns betreffen:

– het emotioneel manipuleren van consumenten om bepaalde acties te verrichten;
– het visueel aanmoedigen van bepaalde opties die minder gunstig zijn voor consumenten en het verbergen van belangrijke informatie ten nadele van consumenten; en
– het actief moeilijker maken voor consumenten om abonnementen op te zeggen.[9]

Het kabinet zet in haar inzet op de DFA primair in op de handhaving van bestaande regelgeving in de digitale economie, waaronder de DSA, om additionele regeldruk zoveel mogelijk te beperken.[10] Het kabinet ziet tegelijkertijd ook enkele lacunes in het huidige EU-consumentenrecht, waaronder de hierboven genoemde lacune voor *dark patterns*. Om deze reden roept het kabinet op om de DFA als gerichte Europese maatregel te gebruiken om specifieke schadelijke handelspraktijken aan te pakken. Hierbij staan simpele en uitvoerbare regels voor ondernemingen, handhaafbaarheid voor toezichthouders en het voorkomen van overlap en inconsistenties in de regelgeving centraal. Het kabinet zal het voorstel van de Europese Commissie in dit kader scherp beoordelen.
Het Europese wetgevend voorstel voor de DFA wordt in het vierde kwartaal van 2026 verwacht, waarna uw Kamer via de gebruikelijke weg met een BNC-fiche zal worden geïnformeerd over de positie van het kabinet hierop.

Vraag 6
Is de consumentenbescherming voldoende ingericht om consumenten die ontdekken dat ze misleid zijn als gevolg van deze verkoopmethoden te compenseren en kunnen consumenten voldoende laagdrempelig hun aankoop terugdraaien of retourneren?

Antwoord 6
Ja, een consument die door een oneerlijke handelspraktijk is misleid, kan de overeenkomst die daardoor tot stand is gekomen vernietigen en kan een schadevergoeding eisen.[11] Daarnaast hebben consumenten bij online aankopen een herroepingsrecht: een consument kan het product binnen 14 dagen zonder opgave van redenen retourneren.[12] Consumenten kunnen de hulp inroepen van ACM ConsuWijzer (voor praktische hulp zoals voorbeeldbrieven), het juridisch loket of een geschil voorleggen aan een geschillencommissie.

Vraag 7
Welke concrete stappen zet u om consumenten beter te informeren over hun rechten en over het herkennen van *dark patterns*?

Antwoord 7
Consumenten kunnen bij ACM ConsuWijzer terecht voor informatie over hun rechten. Ook kunnen zij daar een melding doen als zij denken dat een bedrijf zich niet aan de regels houdt, bijvoorbeeld bij een probleem met een

---

[7] Fitness check on EU consumer law on digital fairness: https://commission.europa.eu/document/707d7404-78e5-4aef-acfa-82b4cf639f55_en.
[8] Artikel 25 van de DSA (Verordening (EU) 2022/2065)
[9] Non paper Digital Fairness Act: https://www.rijksoverheid.nl/documenten/2025/11/12/non-paper-digital-fairness-act
[10] Non paper Digital Fairness Act: https://www.rijksoverheid.nl/documenten/2025/11/12/non-paper-digital-fairness-act
[11] Artikel 6:193 g BW
[12] Artikel 6:230o BW

aankoop, misleiding of sociale media. Via ConsuWijzer geeft de ACM onder meer tips om nepreviews te herkennen. Tegelijkertijd is het weerbaar maken van consumenten ten dele een oplossing van dit probleem omdat veel technieken voor consumenten slecht herkenbaar zijn of omdat ze ook werken wanneer een consument ze herkent. Om die reden zet ik me in het kader van de DFA in voor strengere Europese regulering van *dark patterns* in het consumentenrecht (zie ook het antwoord op vraag 5).

Vraag 8
Bent u bereid om samen met de ACM, consumentenorganisaties en brancheorganisaties afspraken te maken over een eerlijk ontwerp van webwinkels?

Antwoord 8
Ik zie onvoldoende toegevoegde waarde in het aangaan van gesprekken hierover. De ACM geeft in haar «Leidraad Bescherming van de Online Consument» reeds aan wat volgens haar de normen zijn onder het huidige consumentenrecht. De ACM kan op basis van het huidige consumentenrecht ook handhavend optreden als ze daar voldoende grond in ziet en andere vormen van interventies doen in de markt.
Daarnaast moet ook rekening worden gehouden met het feit dat veel (grote) webwinkels buitenlandse marktpartijen zijn, die niet noodzakelijkerwijs bij Nederlandse brancheorganisaties zijn aangesloten. Daarmee valt te betwijfelen of het maken van dergelijke afspraken met Nederlandse brancheorganisaties bij zou dragen aan een gelijk speelveld.