

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

1176

Vragen van het lid **Bontenbal** (CDA) aan de Staatssecretaris van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties over *het bericht «Gratis games zetten kinderen onder druk om aankopen te doen»* (ingezonden 5 december 2022).

Antwoord van Staatssecretaris **Van Huffelen** (Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties), mede namens de Minister van Economische Zaken en Klimaat (ontvangen 23 december 2022).

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Gratis games zetten kinderen onder druk om aankopen te doen»¹?

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Wat is uw reactie op de steekproef van de Consumentenbond waaruit blijkt dat gratis spelletjesapps die populair zijn onder kinderen vaak gebruik maken van in-game aankopen om kinderen te verleiden of te dwingen om extra voordelen of progressie binnen het spel te kopen?

Antwoord 2

Ik vind de resultaten van de steekproef zeer zorgelijk. Het schetst een somber beeld van de huidige game-industrie en haar verdienmodellen. Dit is ook naar voren gekomen in het rapport «Behavioral design in video games» van het Trimbos-instituut.² Naar aanleiding van dit rapport heb ik onlangs een brief naar uw Kamer gezonden met daarin initiatieven op basis van de aanbevelingen uit dat rapport.³ Hierbij ben ik ingegaan op het reguleren van verleidings-technieken zoals loot boxes. Vooruitlopend daarop merk ik hier alvast het volgende op. Zoals in deze brief wordt aangegeven is de Europese Commissie gestart met een consultatie over consumentenbescherming in de online

¹ Consumentenbond, 24 november 2022, via Games zetten kinderen onder druk om aankopen te doen | Consumentenbond.

² Behavioral design in video games (trimbos.nl)

³ Brief regering «Reactie op het rapport «Behavioral design in video games» van het Trimbos-instituut» #Kamerstuk 26 643-948

omgeving.⁴ De Commissie gaat onderzoeken of aanvullende maatregelen nodig zijn om consumenten online beter te beschermen. In het kader hiervan is de Minister van Economische Zaken en Klimaat voornemens aan de Europese Commissie voor te leggen of loot boxes⁵ als oneerlijke handelspraktijk kunnen worden aangemerkt. Behalve loot boxes worden ook andere verleidingstechnieken in dit kader bekeken, zoals het gebruik van digitale valuta en verdienmodellen zoals het pay-to-win mechanisme.⁶

Daarnaast wil ik ouders en kinderen goed informeren over de kansen en risico's van digitale technieken door middel van publieksvoorlichting.⁷ Tot slot wil ik wel benadrukken dat er niet alleen verleidingstechnieken zijn met een negatief effect; het Trimbos-instituut noemt ook een aantal voorbeelden van positieve effecten. Zo zijn er ontwerpen in games die aansporen om minder te pesten en vriendelijker met elkaar om te gaan, of ingebouwde onderbrekingen zodat de speler de kans krijgt om, tussen sessies door, een korte pauze te nemen.

Vraag 3

Is er (wetenschappelijk) onderzoek beschikbaar naar de vraag of en hoe kinderen door worden beïnvloed in hun keuze- en koopgedrag door de manier waarop in-game aankopen in spelletjesapps worden gepresenteerd? Zo ja, kunt u dit met de Kamer delen?

Antwoord 3

Het hierboven genoemde onderzoek van het Trimbos-instituut geeft inzicht in de verschillende verleidingstechnieken in games. Voor zover bekend is er geen wetenschappelijk onderzoek beschikbaar over hoe die verleidingstechnieken kinderen beïnvloeden en hoe effectief die technieken daarin zijn. Er is wel onderzoek gedaan naar de impact van de keuze- en koopgedrag van consumenten bij loot boxes.⁸

De Europese Commissie heeft in haar strategie Beter internet voor kinderen (BIK+) aangekondigd dat zij gaat onderzoeken wat de gevolgen zijn van neuromarketing voor kinderen op de lange termijn.⁹ De resultaten van dit onderzoek zullen worden gedeeld met de Europese toezichthouders, zodat zij commerciële beïnvloedingstechnieken beter kunnen beoordelen. Ik zal aan de hand van de onderzoeksresultaten beoordelen of nader onderzoek nodig is.

Vraag 4

Is het wettelijk toegestaan voor makers van spelletjesapps om games zo te ontwerpen dat een in-game aankoop noodzakelijk is of dat kinderen onder druk worden gezet, bijvoorbeeld door een tijdscomponent, om een in-game aankoop te doen om progressie te boeken binnen de game?

Antwoord 4

De huidige consumentenregelgeving verbiedt niet expliciet bepaalde ontwerpen in games. De vraag of een bepaald ontwerp verboden is, is afhankelijk van de omstandigheden van het geval. Een ontwerp in een spel kan een verboden handelspraktijk zijn, als dit een agressieve of misleidende

⁴ Digital fairness – fitness check on EU consumer law (europa.eu)

⁵ Een loot box is een specifieke vorm van microtransacties waarbij je van tevoren niet weet wat je precies krijgt én waarbij de uitkomst een invloed kan hebben op het spel of spelverloop

⁶ De speler betaalt in de game om onderdelen vrij te spelen zodat je sterker of beter wordt. Denk bijvoorbeeld aan het kopen van coins om sterkere wapens te kopen om onderdelen eerder vrij te spelen

⁷ Werkagenda programmaliijn 2 «Iedereen kan de digitale wereld vertrouwen», Publieke waarden borgen.

⁸ Drummond, A., Hall, L. C., & Sauer, J. D. (2022). Surprisingly high prevalence rates of severe psychological distress among consumers who purchase loot boxes in video games. *Scientific reports*, 12(1), 1–8; Spicer, S. G., Nicklin, L. L., Uther, M., Lloyd, J., Lloyd, H., & Close, J. (2022). Loot boxes, problem gambling and problem video gaming: A systematic review and meta-synthesis. *New Media & Society*, 24(4), 1001–1022; Garea, S. S., Drummond, A., Sauer, J. D., Hall, L. C., & Williams, M. N. (2021). Meta-analysis of the relationship between problem gambling, excessive gaming and loot box spending. *International Gambling Studies*, 21(3), 460–479.

⁹ COM (2022) 212 final.

handelspraktijk oplevert. Het is bijvoorbeeld niet toegestaan om kinderen in reclame rechtstreeks aan te zetten tot het doen van een aankoop van geadverteerde producten. Ook is het verboden om ontoelaatbaar druk uit te oefenen op spelers om aankopen te doen door bedrieglijk te beweren dat het product maar zeer beperkt in tijd beschikbaar zal zijn. Verder mag een spel niet als «gratis» worden omschreven als er in-game aankopen mogelijk zijn.¹⁰

Vraag 5

Klopt het dat de verantwoordelijkheid voor handhaving op dit punt bij de Autoriteit Consument en Markt (ACM) ligt? Wordt er door de ACM gehandhaafd op dit punt, als sprake is van overtredingen?

Antwoord 5

De Autoriteit, Consument en Markt (ACM) houdt toezicht op de naleving van de consumentenregelgeving. De ACM legt in haar leidraad bescherming van de online consument de huidige consumentenregelgeving uit voor game-aanbieders.¹¹ De ACM zal, als onafhankelijke toezichthouder, optreden als zij dat opportuun acht.

Vraag 6

Deelt u de mening dat dit «pay-to-win-principe» in spelletjesapps voor kinderen een slechte zaak is, aangezien kinderen minder bestand zijn tegen dit soort manipulatie en trucs en dat dit ook leidt tot ongewenste kosten voor gezinnen?

Antwoord 6

Ja, deze mening deel ik. Het genoemde onderzoek van Trimbos laat al zien dat dit één van de dark patterns is waar kinderen slachtoffer van kunnen worden en dat dit kan leiden tot negatieve financiële gevolgen voor gezinnen. Mijn beleid is gericht op bestrijding van manipulatie in video games omdat de financiële en mentale gevolgen hiervan onwenselijk zijn. Ik verwijs op dit punt ook naar het antwoord op vraag 2.

Vraag 7

Vindt u dat kinderen als consument op dit gebied meer zouden moeten worden beschermd dan volwassen consumenten?

Antwoord 7

Kinderen zijn al extra beschermd, maar ik wil hier de komende jaren nog steviger op inzetten. Een voorbeeld hiervan is de inzet om op Europees niveau het gebruik van loot boxes te verbieden zoals hierboven beschreven bij het antwoord op vraag 2. Het beschermen van kinderen in de digitale samenleving is ook onderdeel van mijn werkagenda, programmaliijn 2.1 «Publieke waarden beschermen». Schadelijke technieken kunnen niet alleen schadelijk zijn voor kinderen, maar ook volwassenen kunnen hieronder lijden.

Vraag 8

Bent u bereid om te onderzoeken, op dezelfde wijze als nu met lootboxes gebeurt, of een verbod op dwingende in-game aankopen in spelletjesapps wettelijk mogelijk is?

Antwoord 8

Voor het antwoord op deze vraag, verwijs ik u naar het antwoord op vraag 2.

¹⁰ Zie ook de Mededeling van de Europese Commissie inzake de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken uitleg over wat er wel en niet mag in relatie tot online games (p. 103 e.v.): Mededeling van de Commissie – Richtsnoeren met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt (Europa.eu)

¹¹ Regels over in-game verkopen | ACM.nl