

Aan StasBZK
Van DS/BZK

nota

Beantwoording Kamervragen Beantwoording
Kamervragen over het bericht 'Dure reclamecampagne
blijkt flop: nauwelijks 'ouderlijk toezicht' op Instagram'

TER ONDERTEKENING

Nota actief openbaar
Ja

Onze referentie
2024-0000694784

Datum
16 augustus 2024

Opgesteld door
[REDACTED]

Samengewerkt met
CZW, BZK/DO, JenV, EZ,
ACM, AP

Bijlage(n)
1

Aanleiding

Op 19 juli 2024 zijn door het lid Ceder (CU) Kamervragen aan u gesteld over het bericht 'Dure reclamecampagne blijkt flop: nauwelijks 'ouderlijk toezicht' op Instagram'.

Geadviseerd besluit

U wordt verzocht om:

- Akkoord te gaan met de beantwoording van deze Kamervragen.
- Akkoord te gaan met het verzenden van deze beantwoording aan de Tweede Kamer.

Kern

- Deze vragen zijn gesteld naar aanleiding van een nieuwsbericht van BNR, waarin wordt ingegaan op reclamecampagne van Instagram om hun ouderlijke toezichttools te promoten.
- De vragen gaan onder andere over de wettelijke verplichtingen t.a.v. minderjarigen waaraan de aanbieders van sociale mediadiensten moeten voldoen en de handhaving daarvan. Ook wordt in de Kamervragen gevraagd naar de stand van zaken van de uitvoering van de motie van de leden Ceder en Six-Dijkstra van 14 mei jl., waarin de regering wordt verzocht om wettelijk te borgen waar wettelijk noodzakelijke leeftijdsverificatie bij verkoop of gebruik van online diensten aan moet voldoen op een dusdanige manier dat de privacy gewaarborgd blijft (bijvoorbeeld zero knowledge identity proof).
- De beantwoording van deze vragen vindt u in de bijlage.
- U zult de beantwoording mede namens de staatssecretaris van Rechtsbescherming naar de Kamer versturen. Dit is verzocht vanwege de verantwoordelijkheid voor de UAVG van de staatssecretaris van Rechtsbescherming.
- De eerste deadline voor beantwoording was 9 augustus. Vanwege het zomerreces is het niet gelukt om deze vragen binnen deze termijn naar de Kamer te versturen.

Toelichting

Nieuwsbericht BNR

- Op 18 juli 2024 is door BNR een nieuwsartikel gepubliceerd over de reclamecampagne van Meta voor de ouderlijke toezichttools op hun diensten. Met deze reclames heeft Meta willen laten zien dat met tijdslimieten, ingeplande pauzes en zicht op geblokkeerde en gevolgd accounts ouders hun tieners kunnen beschermen tegen problematisch gebruik van sociale media.
- Uit onderzoek van BNR samen met Scholieren.com bleek echter dat slechts één op de zeven tieners ouderlijk toezicht op Instagram aan heeft staan. Driekwart van deze gebruikers had al een ouderlijk slotje op hun account voordat de reclamecampagne van start ging.
- In het artikel geven wetenschappers aan dat Meta met deze campagne de verantwoordelijkheid afschuift met 'screenwashing'. Dit terwijl uit verschillende onderzoeken blijkt dat het gebruik van sociale media schadelijk is voor jongeren.
- Universitair hoofddocent Koning geeft in het artikel aan dat de overheid sociale-mediaplatforms zou moeten verplichten de verslavende elementen uit de diensten te halen.
- In het artikel wordt Kamerlid Ceder aangehaald. In het artikel wordt de motie van Kamerlid Ceder toegelicht en wordt ingegaan op de wens van Ceder dat de leeftijdsgrens voor sociale-mediagebruik op 15 jaar wordt gesteld.

Onze referentie
2024-0000694784
Datum
16 augustus 2024

Bijlagen

Volgnummer	Naam	Informatie
1	Kamerbrief Beantwoording Kamervragen over het bericht 'Dure reclamecampagne blijkt flop: nauwelijks 'ouderlijk toezicht' op Instagram'	