

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

922

Vragen van het lid **Tijs van den Brink** (CDA) aan de Minister van Justitie en Veiligheid en de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *het bericht «Coffeeshops maken volop reclame voor «space donuts» ondanks streng verbod: «Online kan blijikbaar alles»»* (ingezonden 31 december 2025).

Mededeling van Minister **Van Oosten** (Justitie en Veiligheid), mede namens de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (ontvangen 21 januari 2026).

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Coffeeshops maken volop reclame voor «space donuts» ondanks streng verbod: «Online kan blijikbaar alles»»?¹

Vraag 2

Klopt het dat het reclameverbod voor coffeeshops uit de AHOJGI-criteria niet alleen ziet op fysieke uitingen, maar ook op online reclame via sociale media, zoals Instagram? En hoe zit het met websites? Mogen coffeeshops hun producten presenteren via (publiek toegankelijke) websites?

Vraag 3

Herkent u het beeld uit het artikel in De Telegraaf dat coffeeshops online structureel reclame maken voor softdrugs en cannabisproducten, terwijl fysieke reclame streng wordt gehandhaafd?

Vraag 4

Deelt u de opvatting dat online reclame voor softdrugs door coffeeshops, al dan niet via eigen websites, in strijd is met het geldende gedoogbeleid, ook als deze reclame niet expliciet gericht is op minderjarigen?

Vraag 5

Hoe beoordeelt u het risico dat minderjarigen via sociale media worden geconfronteerd met online reclame voor softdrugs, zoals beschreven in het Telegraaf-artikel?

¹ Telegraaf, 14 oktober 2025, «Coffeeshops maken volop reclame voor «space donuts» ondanks streng verbod: «Online kan blijikbaar alles»», www.telegraaf.nl/binnenland/coffeeshops-maken-volop-reclame-voor-space-donuts-ondanks-streng-verbod-online-kan-blijikbaar-alles/97095628.html

Vraag 6

Bent u bekend met signalen dat gemeenten moeite hebben met de handhaving van het online reclameverbod voor coffeeshops, ondanks dat dit verbod juridisch duidelijk is?

Vraag 7

Deelt u de zorg dat het uitblijven van effectieve handhaving van online reclame de geloofwaardigheid van het gedoogbeleid ondermijnt en daarmee de gezondheid van tieners (en volwassenen) in gevaar brengt?

Vraag 8

Welke instrumenten hebben gemeenten momenteel tot hun beschikking om op te treden tegen online reclame door coffeeshops, en acht u deze instrumenten voldoende effectief?

Vraag 9

Kunt u gemeenten landelijk ondersteunen of faciliteren bij de handhaving van het online reclameverbod voor coffeeshops? Bijvoorbeeld door landelijke richtlijnen, expertise of samenwerking met andere instanties?

Vraag 10

Ziet u een rol voor landelijke toezichthouders bij het tegengaan van online reclame voor softdrugs door coffeeshops? Bent u bereid met sociale-mediaplatforms het gesprek aan te gaan om te voorkomen dat coffeeshops reclame maken voor drugs via de sociale media?

Vraag 11

Op welke wijze wordt binnen het kabinet samengewerkt tussen de Ministeries van Justitie en Veiligheid en Volksgezondheid, Welzijn en Sport op dit dossier, gezien de raakvlakken met zowel handhaving als jeugd- en preventiebeleid?

Vraag 12

Bent u bereid te bezien of aanvullende landelijke maatregelen of verduidelijkingen nodig zijn om te voorkomen dat het reclameverbod voor coffeeshops online een dode letter blijft, zoals geschetst in het Telegraaf-artikel?

Mededeling

Hierbij deel ik u, mede namens de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, mede dat de schriftelijke vragen van het lid Tijs van den Brink (CDA), van uw Kamer aan de Minister van Justitie en Veiligheid over het bericht «Coffeeshops maken volop reclame voor «space donuts» ondanks streng verbod: «Online kan blijkbaar alles»» (ingezonden 31 december 2025) niet binnen de gebruikelijke termijn kunnen worden beantwoord, aangezien nog niet alle benodigde informatie is ontvangen.

Ik streef ernaar de vragen zo spoedig mogelijk te beantwoorden.