Nederlandse Arbeidsinspectie
Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid

Signaal kidfluencers - vervolg

Inhoud

Inleiding 3

Stand van zaken in 2025 4

Bijlage 5: Toezichtservaring met huidige wet- en regelgeving rond kinderarbeid 5

Bijlage 6: Inzichten over impact op sociaal-emotionele ontwikkeling en (inter)nationale aanpak 8

Inleiding

Het onderwerp kidfluencers[1] is al enkele jaren onderwerp van discussie in de maatschappij, politiek en media.[2] In 2020 heeft de Nederlandse Arbeidsinspectie hierover een verkennend onderzoek uitgebracht. Aan de hand van een update van die verkenning, laat dit signaal zien waar het aanpakken van deze maatschappelijke opgave nog versterkt kan worden.

Aanbevelingen

De door de staatssecretaris van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) voorgenomen aanpassing om ouders onder het werkgeversbegrip te brengen is positief.

Aanbevolen wordt dat opdrachtgevers eveneens verantwoordelijkheid krijgen om negatieve gevolgen voor opgroeiende kinderen te voorkomen.

De brede maatschappelijke opgave, die gaat van (scherm) verslaving, privacy en vergetelheid, tot welzijn en de toename van geestelijke gezondheidsproblematiek bij jongeren, riskeert door de daadkracht van het ministerie van SZW een eenzijdige verenging te krijgen tot één aspect, dat van (kinder)arbeid. De aanbeveling uit 2020 om tot normstelling voor emotionele belasting van kinderen te komen is daarmee nog urgenter dan toen.

Verkennend onderzoek 2020

In 2020 heeft de Inspectie verkennend onderzoek uitgebracht. Daarin werd onder andere de relatie tussen vloggende kinderen en de regelgeving met betrekking tot kinderarbeid verkend.[3] De opkomst van sociale media en de mogelijkheden die dat biedt om inkomsten te genereren, zorgen namelijk voor een toename van kinderarbeid en de opkomst van andere vormen van kinderarbeid. Zoals jonge influencers die hun leven delen en daarbij tevens reclame maken voor commerciële producten of diensten, deelname aan een gezinsvlog of posts van een mom- en dadfluencer.[4] De verkenning toonde dat deze nieuwe ontwikkelingen veel bredere vragen oproepen dan alleen over het aspect arbeid. Kenmerkend voor de omgang met alle digitale mogelijkheden en de verdienmodellen van platforms en de prikkels die daarvan uitgaan, is dat de verantwoordelijkheid om negatieve gevolgen voor het opgroeiende kind te voorkomen onhelder is. En normstelling die er bijvoorbeeld voor fysiek belastbaarheid van kinderen wel is, ontbreekt grotendeels voor emotionele belastbaarheid.

In de verkenning zijn destijds twee aanbevelingen gedaan: 1) verbreed het werkgeversbegrip in de Arbeidstijdenwet (ATW) zodat ook opdrachtgevers, ongeacht de juridische vormen waarbinnen jonge influencers actief zijn, ook verantwoordelijkheid dragen om kinderarbeid te voorkomen, en 2) laat (wetenschappelijk) onderzoek doen wat normen voor emotionele belastbaarheid van kinderen (kunnen) zijn bij dit soort sociale media-activiteiten, naar analogie met de normen voor fysieke belasting van kinderen.[5]

De verkenning in 2020 bestond uit de genoemde aanbevelingen, gebaseerd op informatie in een viertal bijlagen. Onderstaand wordt de stand van zaken anno nu opgemaakt. Daarbij wordt in dit signaal additionele achtergrondinformatie verschaft in bijlage 5 en 6, doornummerend ten opzichte van de bijlages in het verkennend onderzoek.

---

1 Een influencer probeert het gedrag van anderen te beïnvloeden. Vaak gebeurt dat via social media door het delen van online content, zoals tutorials, filmpjes en foto's, waarin influencers producten of diensten aanprijzen.

2 Zo heeft het YouTube-programma BOOS recentelijk (april 2025) een aflevering uitgebracht over familievloggers en de potentiële risico's voor de ontwikkeling van kinderen die in deze omgeving opgroeien, naar aanleiding waarvan Kamervragen zijn gesteld.

3 De verkenning richtte zich op personen jonger dan 16 jaar die met enige regelmaat 'content' plaatsen op sociale media, die veel volgers hebben en waar – op basis van de inhoud van hun content – verdiensten (kunnen) zijn.

4 Naast het gezinsaccount hebben kinderen soms een eigen social media account en verdienen zij ook geld aan een combinatie van online en offline activiteiten. Het delen van online content als kidfluencer wordt dan gecombineerd met werkzaamheden die van oudsher onder de kunstkinderenregeling vallen, zoals deelname aan voorstellingen, films en commercials. Deze activiteiten genereren over en weer aandacht voor de verschillende uitingen en dragen eraan bij dat kinderen commercieel actief en in beeld zijn, en zo ook relevant blijven.

5 Verkennend onderzoek jonge influencers | Publicatie | Rijksoverheid.nl

Stand van zaken in 2025

Bijlage 1 van de verkenning in 2020 betrof het regelgevend kader. Dit is sindsdien ongewijzigd, maar zoals genoemd heeft de staatssecretaris van Participatie en Integratie het voornemen om het kader aan te passen.

De stand van zaken sinds 2020 kan als volgt worden samengevat. Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid heeft onderzoeken laten uitvoeren naar mogelijkheden voor het moderniseren van de regelgeving kinderarbeid[6] en naar mogelijkheden voor een nieuw te ontwikkelen normenkader voor influencing door kinderen en voor gezinsvlogs.[7]
De Tweede Kamer heeft daarnaast in 2023 een motie aangenomen over een normenkader voor kinderen die als influencer werken of figureren op sociale media.[8]
Naar aanleiding van beide onderzoeken en de motie, en gelet op de vergrote aandacht door de uitzending van BOOS, heeft de staatsecretaris in mei 2025 aangekondigd de wet- en regelgeving rond kinderarbeid aan te gaan passen. Met de beoogde aanpassing wordt deze regelgeving beter toegesneden op de doelgroep en daardoor beter handhaafbaar.[9] [10] Daarnaast wordt ook bekeken of de boetehoogte aangepast moet worden. Ten slotte zal voorlichting gegeven gaan worden om ouders te wijzen op de risico's voor het welzijn van kinderen en om hen ook bewust te maken van geldende wet- en regelgeving rondom het maken van vlogs.

Gelet op de verkenning uit 2020 en in afwezigheid van een op influencing toegesneden regelgevend normerend kader, heeft de Arbeidsinspectie de afgelopen jaren getoetst welk effect ze binnen de bestaande kaders kan uitoefenen op onwenselijke praktijken. Dat begint ermee dat er veelal geen ontheffing voor kinderarbeid wordt aangevraagd. De toezichtservaringen bevestigen, ten eerste, dat de normen vanuit het bestaande wettelijk kader geen effectieve inperking zijn op onwenselijke gevolgen voor kinderen; ten tweede dat boetehoogtes voor het niet aanvragen van een ontheffing niet in verhouding staan tot de verdiensten en ten derde dat handhaving via bijvoorbeeld boetes op het aspect (kinder)arbeid ook geen effectief antwoord is op de veel bredere maatschappelijke opgave. Bijlage 5 gaat hier nader op in.

Bijlage 2 in de verkenning in 2020 beschrijft kenmerken die influencing onderscheiden van andere activiteiten. Deze zijn onverminderd van toepassing.

Bijlage 3 van de eerdere verkenning ging in op de uitkomst van een internationale inventarisatie en in het bijzonder op ontwikkelingen in Frankrijk, waar de gedachtenvorming (en voorgenomen wetgeving) toentertijd het meest ver gevorderd was.

Hier is de afgelopen jaren veel gebeurd. In meer landen dan in 2020 is er actieve bewustwording over de risico's voor kinderen van schermgebruik en passief en actief benutten door kinderen van mogelijkheden om zich op social media te manifesteren, al dan niet met commerciële oogmerken. Meest in het oog springend zijn de ontwikkelingen in Australië en wederom Frankrijk. Bijlage 6 gaat hier nader op in.

Kort samengevat laat die bijlage zien dat de risico's die influencing door en met hulp van kinderen met zich meebrengt, opgave-gericht en breed moeten worden aangepakt. Arbeid is daarbij maar één onderdeel van een breder vraagstuk over welzijn, opvoeding en onderwijs van kinderen, privacy en recht op vergetelheid.

---

6 Modernisering regelgeving kinderarbeid | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl
7 Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers | Rapport | Rijksoverheid.nl
8 Kamerstuk 25 883, nr. 468.
9 Kamerbrief Beleidsreactie rapport Panteia en VHP kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl
10 In de Arbeidstijdenwet wordt het werkgeversbegrip verbreed, zodat de ouder (bij gebrek aan een 'reguliere' werkgever) de aanvrager van de ontheffing bij influencing door en met kinderen tot 13 jaar wordt.

Bijlage 5: Toezichtservaring met huidige wet- en regelgeving rond kinderarbeid

Onderdeel van de reguliere toezichtstaken op kinderarbeid is het toetsen van ontheffingsaanvragen. Als onderdeel daarvan is specifiek gekeken naar een aantal zaken waarbij kinderen jonger dan 13 jaar (en hun ouders) geld verdienen met audiovisuele activiteiten, zoals het maken van of optreden in vlogs. Doel was om na te gaan of bestaande wet- en regelgeving effectief toezicht mogelijk maakt op deze commerciële activiteiten van jonge kinderen.

De toezichtservaringen leren dat dit niet het geval is. Belangrijke belemmeringen zijn het werkgeversbegrip, het vaststellen van een commercieel karakter van een online activiteit, het ontbreken van ontheffingsaanvragen en de hoogte van boetes.

Werkgeversbegrip

Toezichtservaringen bevestigen dat bij vlogs en video's bijna nooit een klassieke werkgever/werknemer relatie kan worden vastgesteld. Onderstaand wordt een situatie toegelicht waarin dat wel aan de orde was, alsook de veel vaker voorkomende situatie dat er geen werkgeversrelatie is vast te stellen.

Kinderen tot 13 jaar mogen in Nederland niet werken. Voor kinderen in deze leeftijdscategorie is alleen een ontheffing mogelijk bij cultureel werk (kunstkinderen).[11] De Arbeidsinspectie toetst ontheffingsaanvragen. Wanneer in de praktijk de voorwaarden van de ontheffing worden overtreden, kan de Arbeidsinspectie een boete opleggen.[12]

In de ATW is bepaald dat een ontheffing kan worden verleend, onder andere wanneer er sprake is van (het verlenen van medewerking aan) audiovisuele opnamen. In de toelichting op de beleidsregel inzake ontheffing verbod kinderarbeid (BOVK) is daarnaast opgenomen dat voor uitvoeringen door kinderen tot 13 jaar *op het internet* ontheffing noodzakelijk is bij de Arbeidsinspectie. Een uitvoering is het deelnemen aan uitvoeringen van culturele, wetenschappelijke, opvoedkundige of artistieke aard, aan modeshows, aan audio-, visuele of audiovisuele opnamen en daarmee vergelijkbare uitvoeringen.

De Arbeidsinspectie legt deze regelgeving zo uit dat ook activiteiten op YouTube, Snapchat, Instagram en soortgelijke kanalen kunnen worden gezien als audiovisuele uiting waarvoor een ontheffing moet worden aangevraagd, wanneer er sprake is van een duidelijk commercieel karakter. Deelname aan of het maken van vlogs met een duidelijke commerciële insteek, zoals het aanprijzen van producten of deelnemen aan gescripte video's, vallen volgens deze interpretatie onder de BOVK. Ook het aantal views kan een aanwijzing zijn voor commercieel gewin op een online platform. Wanneer daar sprake van is, dient er dan ook een ontheffing voor te worden aangevraagd. Daarbij wordt uitgegaan van maximaal 24 speelbeurten (voor kinderen van 6 tot 13 jaar). Op basis van deze interpretatie heeft de Arbeidsinspectie een overtreding kunnen vaststellen en handhavend kunnen optreden (zie voorbeeld 1).

[11] Artikel 3:3 ATW: 1. De toezichthouder, bedoeld in artikel 8:1, eerste lid, kan ontheffing verlenen van artikel 3:2, eerste lid, ten aanzien van het door een kind verrichten van arbeid, bestaande uit het verlenen van medewerking aan uitvoeringen van culturele, wetenschappelijke, opvoedkundige of artistieke aard, aan modeshows, aan audio-, visuele of audiovisuele opnamen en daarmee vergelijkbare niet-industriële arbeid van lichte aard. Een verzoek om ontheffing wordt gedaan door de werkgever. 2.De werkgever leeft de voorschriften verbonden aan de ontheffing na.

[12] Nu geldt bij het ontbreken van een wettelijk voorgeschreven ontheffing een boete van €1000 en maximaal €2000. Als het een ouder/voogd betreft dan geldt hierbij een factor van 0,25.

Voorbeeld 1: interpretatie beleidsregel inzake ontheffing verbod kinderarbeid

De Arbeidsinspectie heeft een video van een vlogfamilie onderzocht waarin de familie een product aanprees. Voor de deelname van de kinderen aan deze video was geen ontheffing aangevraagd. De Arbeidsinspectie heeft van de betreffende fabrikant een e-mail met gemaakte afspraken over de promotie van het product ontvangen, dat als contract kon worden geïnterpreteerd. Door op deze manier het werkgeversbegrip uit te leggen, kon een overtreding van de kunstkinderenregeling worden vastgesteld en is een boeterapport opgemaakt.

De familie had op het moment van onderzoek honderden van dit soort video's online staan. Dit laat zien dat risico-gericht toezicht op dit soort online activiteiten van kinderen een zeer tijdrovende aangelegenheid is, overigens ongeacht of dit een private of publieke toezichthouder zou zijn, terwijl het resultaat daarvan minimaal is (1 boete van 750 euro voor 1 video).

Dat handhavend optreden niet in elk geval kan, blijkt uit voorbeeld 2. Bij het ontbreken van een ontheffingsaanvraag, onderzoekt de Arbeidsinspectie of er sprake is van een werkgever en gezag.[13] Indien dat niet aangetoond kan worden, kan binnen de huidige regelgeving geen handhaving plaatsvinden.

Voorbeeld 2: aantonen werkgeverschap en gezag

Uit onderzoek naar deelname van kinderen aan een online rapvideo komt naar voren dat daarvoor geen ontheffing was aangevraagd. De vermeende producent verleende geen medewerking aan het onderzoek en vond dat hij niet het gezag had over de meewerkende kinderen. De Arbeidsinspectie kon niet vaststellen wie het gezag op het moment van de opnames wel had. Waar de filmpjes waren opgenomen en op welke datum bleef onduidelijk.

Waar de Arbeidsinspectie bij een musical ter plaatse kan gaan, is het bij dit type opnames niet mogelijk, waardoor het aantonen van de gezagsrelatie onmogelijk is of bemoeilijkt wordt. Hierdoor is het tot nu toe niet mogelijk geweest om een boete op te leggen, ondanks dat er audiovisueel bewijs is dat kinderen mee hebben gewerkt aan een productie die erop gericht was om een artiest te promoten.

Commercieel karakter audiovisuele uitingen

De ontheffing die geldt voor zogenoemde kunstkinderen kan zoals gezegd worden doorgetrokken naar de inzet van jongeren onder de 13 jaar in audiovisuele uitingen met commercieel karakter op online platforms. Om vast te kunnen stellen of sprake is van een commerciële insteek, moeten de beelden van vlogs worden bestudeerd. Voor het onderscheid tussen hobby en werk ontbreekt op dit moment nog een duidelijk wettelijk kader. Het is wenselijk om wet- en regelgeving op dit punt te verduidelijken.

Laag aantal ontheffingsaanvragen voor influencers

Op basis van meldingen en eigen waarnemingen in de praktijk, kan worden geconstateerd dat voor vlogwerkzaamheden door jonge kinderen vaak geen ontheffing wordt aangevraagd.

In afwezigheid van een aanvragen- of meldingensysteem bestaat er, gelet op de grote hoeveelheid online content en de tijd die nodig zou zijn om elke afzonderlijke audiovisuele uiting te bestuderen, ook geen precies inzicht, privaat noch publiek, in de omvang van die ondermelding.

Hoeveel kinderen in Nederland actief zijn als kidfluencer of een prominente rol spelen in gezinsvlogs en of er sprake is van commercieel belang is dus lastig om te bepalen. Social mediaplatforms zijn niet transparant over gebruikers-gegevens.[14] Het onderzoeksrapport van Panteia uit 2024[15] bevat de schatting dat tussen de 3.000 en 4.000 kinderen in Nederland regelmatig zichtbaar zijn in commerciële online content, hetzij via eigen kanalen, hetzij via gezinsvlogs of accounts van ouders. Deze schatting is gebaseerd op analyses van YouTube- en Instagram-accounts met significante impact.

Ter vergelijking: Tussen 1 mei 2024 en 1 mei 2025 zijn er 1.313 aanvragen ingediend van het type ontheffing kunstkinderen.[16] Voor 1.288 aanvragen van deze aanvragen is een ontheffing verleend. Dat betreft naar schatting ongeveer 8300 kinderen. Bij 10 aanvragen ging het om influencing/vloggen.[17] Dit laat zien dat er nog weinig ontheffingsaanvragen worden gedaan voor dit type kinderarbeid.

[13] Of sprake is van een gezagsverhouding hangt af van de invulling van leiding/werkinstructies en toezicht op onder meer werktijden, locatie, vakanties opnemen, etc. Het kúnnen geven van aanwijzingen is al voldoende om van een gezagsverhouding te bespreken, ook als deze aanwijzingen in de praktijk niet worden gegeven.

[14] Vanaf 1 juli 2022 zijn bepaalde video-uploaders die voldoen aan bepaalde criteria verplicht om zich te registreren bij het Commissariaat van de Media en zich aan de regels in de Mediawet te houden, zoals vloggers en influencers. Video-uploaders - Commissariaat voor de Media

[15] Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers | Rapport | Rijksoverheid.nl

[16] Aanvragen voor tv of radio, commercials, fotoshoots of modeshows, film, toneel, concert, musical, influencen/vloggen of werkzaamheden in de categorie 'overig'.

[17] Voor deze aanvragen is een ontheffing verleend.

Hoogte boetes

Wanneer wordt vastgesteld dat er sprake is van een audio-visuele uiting met een commerciële insteek en er geen ontheffingsaanvraag is ingediend, dan is dat een beboetbaar feit. Echter, dan dient nog wel te worden vastgesteld of er sprake is van een arbeidsovereenkomst of gezag. Gelet op wet- en regelgeving is dat niet een af te lezen gegeven in een bestaande registratie, maar dit dient te blijken uit de feiten en omstandigheden van het geval. Dat moet dan dus worden onderzocht. Dit gegeven kan zowel van belang zijn vanuit het oogpunt van fiscale- als arbeidsregelgeving.

Wanneer het de Arbeidsinspectie lukt om vast te stellen dat sprake is van gezag en van een overtreding van de kunstkinderenregeling, dan worden er boetes opgelegd aan de werkgever. Op dit moment gaat het in de meeste gevallen om producenten. Nu geldt bij het ontbreken van een wettelijk voorgeschreven ontheffing een boete van €1000 en maximaal €2000.

Als het niet mogelijk is om een werkgever aan te wijzen en het aantal werkdagen hoger ligt dan 24 per jaar, dan kunnen ouders worden beboet wanneer een ontheffing ontbreekt. Dan geldt hierbij een factor van 0,25. De boetes vallen daarmee voor ouders dus aanzienlijk lager uit dan de boetes die opgelegd worden aan de werkgever.[18] Deze boetes zullen voor influencing naar verhouding laag zijn, gelet op het geld dat daarmee verdiend kan worden.

Families en kinderen die regelmatig vloggen met een commerciële insteek, kunnen daarmee namelijk al snel een bedrag verdienen dat de hoogte van een modaal inkomen benadert, met uitschieters naar boven. Het te verdienen bedrag is van veel factoren afhankelijk, bijvoorbeeld van de niche waar de vlogger zich in bevindt[19], de aantallen filmpjes en views[20], type advertenties[21] en activiteiten van de vlogger[22]. Afgezet tegen het geld dat verdiend kan worden met influencing, is het niet aannemelijk dat een boete van 750 euro zal leiden tot gedragsverandering en naleving. De verwachting is ook niet dat ouders die hun kinderen onvoldoende beschermen tegen de risico's van influencing daartoe door hogere boetes wel zullen worden gebracht.

Deze verwachting wordt mede gevoed door inzichten uit de praktijk die erop wijzen dat juist de ouders de normering die besloten ligt in de beperking van het aantal 'speelbeurten' voor hun eigen kroost buiten werking willen stellen. De Arbeids-inspectie merkt bijvoorbeeld dat ouders navraag doen over het aantal speelbeurten dat al is aangemeld voor hun kind. Normaliter verloopt het contact over ontheffingsaanvragen met andere partijen, zoals producenten. De indruk is daarom dat ouders zicht willen krijgen op de informatiepositie van de Arbeidsinspectie; in hoeverre de Inspectie op de hoogte is van het totaal aantal werkzaamheden van de betreffende kinderen. Ook verschijnen regelmatig video's online waarbij vlogfamilies zich in het buitenland bevinden. Daarmee vallen ze, al dan niet opzettelijk, buiten de Nederlandse wet- en regelgeving wat de mogelijkheid biedt om kinderen zoveel mogelijk te kunnen laten werken. Betere bescherming van de gezondheid, veiligheid en welzijn van het kind kan naar mening van de Arbeidsinspectie dan ook niet alleen worden bereikt met strengere handhaving en hogere boetes. Een fermere internalisering van de norm via andere weg lijkt ook aangewezen.

[18] De boetes zijn relatief hoog als bijvoorbeeld voor een hele schoolklas die optreedt geen ontheffing is aangevraagd. Dan worden namelijk boetes uitgedeeld voor alle kinderen.
[19] Sommige niches zijn lucratiever omdat het de vlogger bijvoorbeeld de mogelijkheid biedt voor sponsoring of plaatsen van advertenties.
[20] Hoe meer views, hoe meer geld een vlogger kan verdienen.
[21] Advertenties die de kijker kan overslaan, leveren minder inkomsten op.
[22] Verkoopt een influencer bijvoorbeeld ook merchandise of plaatst hij/zij links naar producten op zijn/haar kanaal, dan worden daarmee ook extra inkomsten verdiend.

Bijlage 6: Inzichten over impact op sociaal-emotionele ontwikkeling en (inter) nationale aanpak

Uit onderzoek van Panteia komt naar voren dat influencen positieve effecten kan hebben, zoals plezier, creativiteit en versterking van het zelfbeeld. Maar daarnaast kan influencen ook negatieve gevolgen hebben, zeker vanaf het moment dat hobby werk wordt en kinderen vlogs maken of in vlogs voorkomen om geld te verdienen of producten gratis te krijgen. Voorbeelden daarvan zijn gevolgen voor mentale gezondheid van het kind, tijdsbeheer ten koste van schoolwerk en tijd voor ontspanning, privacy en veiligheid, financiële gevolgen.[23]

De Arbeidsinspectie herkent dit uit de eigen praktijk. Inspecteurs van de Arbeidsinspectie horen via instanties met wie zij in contact staan, geluiden over de keerzijde van social media gebruik. Scholen, wijkagenten, gemeentes en producenten zijn de oren en ogen die dichterbij families staan waarvan kinderen online content maken of daaraan deelnemen. Zij uiten hun zorgen over situaties waarin kinderen gevaarlijke challenges moeten doen, over negatieve reacties die kinderen krijgen op online content, over onbekendheid bij scholen over de regels om kinderen al dan niet van school thuis te houden voor werk, over prestatiedruk om bijvoorbeeld naast deelname aan reguliere producties ook te zorgen voor social media uitingen om zo in beeld te blijven. Naast dat iedereen kan constateren dat vlogfamilies soms honderden vlogs online hebben staan en waarvoor dus veel tijd van de kinderen moet zijn gevraagd. Wat de lange termijn gevolgen hiervan kunnen zijn voor het welzijn en de ontwikkeling van de kinderen, laat zich raden. In een toenemende online-wereld is meer aandacht voor de risico's rationeel en noodzakelijk.

Ook de uitingen van andere instanties duiden op problemen die naar alle waarschijnlijkheid hiermee samenhangen. Zo staat de beheersing van basisvaardigheden onder druk. Scholen en ook de Onderwijsinspectie wijzen daarop.

De digitale samenleving maakt jongeren vaak, soms onbedoeld, maar vaak bewust, verslaafd. Alles is erop gericht hun aandacht te trekken en vast te houden voor kleding, games, filmpjes, gokken of contact met anderen. Met de mentale gezondheid van veel jongeren gaat het niet goed. Een groeiend percentage van jongeren doet een beroep op de geestelijke gezondheidszorg.[24] Franse experts leggen in een rapport aan de President nadrukkelijk een verband tussen het gebruik van sociale media en mentale problemen.[25]

De digitale samenleving brengt ook vergaande vragen mee over intellectueel eigendom, privacy en recht op vergetelheid: het recht te vragen om verouderde of schadelijke informatie over jezelf offline te halen. Dat roept internationaal ook vaker de vraag op hoe we jongeren hierin blijven beschermen. Niet voor niets heeft Australië wetgeving aangenomen die volgend jaar sociale media onder de 16 jaar wil verbieden.

Er zijn landen die al eerder stappen hebben gezet in een bredere aanpak. Zo heeft Frankrijk in 2021 als eerste land wetgeving geïntroduceerd. Voor kinderen onder de 16 jaar is toestemming van de overheid vereist om als influencer actief te worden. En voor ouders en commerciële partijen geldt de verplichting het salaris of de inkomsten boven een drempelbedrag (bijna) volledig over te maken aan de consignatiekas zodat de jongere er over kan beschikken als hij/zij volwassen wordt. Ouders, die bij uitstek een beschermende rol hebben, kunnen anders namelijk door de verdiensten van hun kinderen de financiële belangen boven school en andere belangen van het kind stellen.[26]

In lijn met die rol als voorloper is ook het genoemde rapport van Franse experts noemenswaardig.[27, 28] De experts constateren dat een Frans huishouden gemiddeld 10 schermen heeft, dat er

[23] Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers | Rapport | Rijksoverheid.nl

[24] Jeugdmonitor: alarmerende cijfers over mentale problemen bij jongeren – , Het groeiend jeugdzorggebruik, Problemen in jeugd-ggz lopen op: toename van crisisgevallen - ggz.nl

[25] 'Enfants et écrans, à la recherche du temps perdu', april 2024. Zie: Remise du rapport de la commission d'experts sur l'impact de l'exposition des jeunes aux écrans. | Élysée.

[26] Bijlage 3 van de verkenning uit 2020 beschrijft dit uitgebreider.

[27] 'Enfants et écrans, à la recherche du temps perdu', april 2024. Zie: Remise du rapport de la commission d'experts sur l'impact de l'exposition des jeunes aux écrans. | Élysée. 'Kinderen en schermen, op zoek naar de verloren tijd'. Rapport van experts aangeboden aan de president. De titel verwijst naar een literair werk over de kindertijd.

[28] «Un an après la remise du rapport sur les enfants et les écrans, avons-nous perdu notre temps ?» : le message d'alerte des experts

wetenschappelijke consensus is over de, zoals het rapport stelt, rampzalige gevolgen van schermgebruik voor de gezondheid. In het bijzonder via dosis-effect relaties heeft het een direct en indirect effect op slaaptekort, gebrek aan beweging, overgewicht en de chronische ziekten die daaruit voortkomen alsook oogproblemen. Verder is er een aantal nog niet definitief bewezen opletpunten zoals de gevolgen van elektromagnetische straling en gevaarlijke stoffen.
Het rapport wijst met name naar opzettelijk verslavende elementen in games en media gebruik en stelt onomwonden dat die verboden moeten worden. Het rapport komt met in totaal 29 aanbevelingen die alle nodig zijn om een systemische aanpak vorm te geven. Daaronder ook dosering van scherm-gebruik vanaf de babytijd tot adolescenten. Onderdeel daarvan is bijvoorbeeld geen mobiele telefoons zolang kinderen op de basisschool zitten. Daarmee zijn die normen strenger dan bijvoorbeeld die van het Jeugdinstituut in Nederland.[29]

De voornemens voor voorlichting en het aanpassen van de boetehoogte wanneer sprake is van influencing met een commercieel karakter, beschermen jonge kinderen niet in voldoende mate tegen de mogelijke negatieve effecten van influencing. Zo moeten kinderen beschermd worden tegen schadelijke content en uitbuiting, wordt ingezet op betrouwbare reclame en kennisontwikkeling over de gezondheidsgevolgen van games, sociale media en andere digitale middelen.[30] Daarbij ligt het accent op bewustwording van de risico's van de online wereld. Maar daarmee worden de risico's die influencing voor het welzijn en de ontwikkeling van het kind met zich meebrengt, niet voorkomen. In feite wordt de bestaande situatie daarmee in stand gehouden.

De maatregelen gericht op voorlichting gaan bovendien uit van de veronderstelling dat ouders hun verantwoordelijkheid nemen en het beste voor hebben met hun kinderen. Vaak is dat natuurlijk het geval. Maar het belang van deze beschermende rol van ouders kan uit hun zicht raken door de, soms aanzienlijke, verdiensten van hun kinderen. Daardoor kunnen financiële belangen voorop gesteld worden ten koste van belangen als welzijn en ontwikkeling.

Naast het voorkomen van risico's is er ook de noodzaak van een normenkader voor de emotionele belastbaarheid van kinderen, zoals dat er voor onderwerpen als fysieke belasting ook is. Een dergelijk kader is behulpzaam bij het toetsen van ontheffingsaanvragen voor kidfluencers. En daar kan ook door ouders en opvoeders uit afgeleid kunnen worden hoe je naar werken en geld verdienen op social media zou moeten kijken.

[29] Wat is een goede schermtijd voor mijn kind? | Nederlands Jeugdinstituut.
[30] Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers | Rapport | Rijksoverheid.nl

Dit signaal is een uitgave van:

Nederlandse Arbeidsinspectie

© Rijksoverheid | Juni 2025