

2025Z22742

(ingezonden 31 december 2025)

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 blijkbaar alles''

1. Bent u bekend met het bericht 'Coffeeshops maken volop reclame voor 'space donuts' ondanks streng verbod: 'Online kan blijkbaar alles'? [1]
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?
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?
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?
5. Hoe beoordeelt u het risico dat minderjarigen via sociale media worden geconfronteerd met online reclame voor softdrugs, zoals beschreven in het Telegraaf-artikel?
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?
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?

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?

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?

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?

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?

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?

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