

ECLI:NL:RBROT:2026:171

Instantie	Rechtbank Rotterdam
Datum uitspraak	14-01-2026
Datum publicatie	14-01-2026
Zaaknummer	ROT 25/240
Rechtsgebieden	Bestuursrecht
Bijzondere kenmerken	Eerste aanleg - meervoudig
Inhoudsindicatie	De ACM heeft een boete en een bindende aanwijzing mogen opleggen aan Epic voor oneerlijke handelspraktijken in de modus Battle Royale in het spel Fortnite. De rechtbank is het met de ACM eens dat de reclame-uitingen in de game kinderen rechtstreeks aanzetten tot het doen van aankopen. Daarbij gaat het om de gebruikte woorden als "Get it now" of "Grab it", maar ook om de vormgeving. Ook heeft de ACM terecht gezegd dat de Item Shop zo was ingericht dat er kunstmatig schaarste werd gecreëerd en kinderen onder tijdsdruk moesten beslissen over het onduidelijke aanbod. De rechtbank is van oordeel dat de ACM aannemelijk heeft gemaakt dat de wijze waarop de Item Shop is ingericht het economische gedrag van kinderen wezenlijk kan verstoren. De bindende aanwijzing heeft ertoe geleid dat Epic onder meer een vijftal maatregelen moet nemen. De rechtbank is van oordeel dat de ACM de noodzaak voor het nemen van deze maatregelen goed heeft onderbouwd.
Vindplaatsen	Rechtspraak.nl

Uitspraak

RECHTBANK ROTTERDAM

Bestuursrecht

zaaknummer: ROT 25/240

uitspraak van de meervoudige kamer van 14 januari 2026 in de zaak tussen

Epic Games International S.à.r.l. (Epic), uit Luxemburg, eiseres

(gemachtigden: mr. J. Bedaux en mr. N.R.T. Vellinga),

en

Autoriteit Consument & Markt (de ACM),

(gemachtigden: mr. J.T.M. Groenendijk, mr. T. Telder en mr. S.M. Mandjes).

Samenvatting

1. Deze uitspraak gaat over een boete en een bindende aanwijzing die de ACM aan Epic heeft opgelegd voor overtredingen van de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc) bij het online spel Fortnite.

Volgens de ACM werden kinderen in het spel Fortnite door reclame-uitingen rechtstreeks aangezet om aankopen te doen en moesten zij onder tijdsdruk beslissen over een onduidelijk en complex aanbod. Epic is het daar niet mee eens. Zij voert daartoe een aantal beroepsgronden aan. Aan de hand van deze beroepsgronden beoordeelt de rechtbank of het opleggen van de boete en de bindende aanwijzing in stand kan blijven.

- 1.1. De rechtbank komt in deze uitspraak tot het oordeel dat de beroepsgronden van Epic niet slagen. Epic krijgt geen gelijk en het beroep is dus ongegrond. Hierna legt de rechtbank uit hoe zij tot dit oordeel komt en welke gevolgen dit oordeel heeft.

Procesverloop

2. Met een besluit van 18 december 2023 (primair besluit) heeft de ACM Epic vanwege overtredingen van artikel 8.8 van de Whc twee boetes van in totaal 1.125.000,- en een bindende aanwijzing opgelegd.

2.1. Epic heeft bezwaar gemaakt tegen dat besluit.

2.2. De ACM heeft met een besluit van 9 april 2024 en met een besluit van 26 april 2024 het primaire besluit gewijzigd. Het bezwaar van eiser heeft van rechtswege mede betrekking op de gewijzigde besluiten (artikel 6:19, eerste en tweede lid, van de Algemene wet bestuursrecht (Awb)).

2.3. Bij het besluit van 26 april 2024 heeft de ACM ook besloten tot publicatie van het gewijzigde primaire besluit.

2.4. Met het besluit van 27 november 2024 (bestreden besluit) op het bezwaar van Epic is de ACM met aanvulling van de motivering bij het gewijzigde primaire besluit gebleven.

2.5. Epic heeft beroep ingesteld tegen het bestreden besluit.

2.6. De ACM heeft de op de zaak betrekking hebbende stukken aan de rechtbank toegezonden. Voor (een gedeelte van) één stuk (vertrouwelijk stuk) heeft de ACM de rechtbank medegedeeld dat uitsluitend zij daarvan kennis zal mogen nemen. Zij heeft de rechtbank verzocht te beslissen dat de beperkte kennisneming gerechtvaardigd is.¹

2.7. De ACM heeft op het beroep gereageerd met een verweerschrift.

2.8. Bij beslissing van 14 oktober 2025 heeft de rechter-commissaris de beperking van de kennisneming van het vertrouwelijke stuk gerechtvaardigd geacht. Epic heeft toestemming als bedoeld in artikel 8:29, vijfde lid, van de Awb verleend.

2.9. Epic heeft op verzoek van de rechtbank bij brief van 17 november 2025 nog een aantal stukken ingediend.

2.10. De rechtbank heeft het beroep op 26 november 2025 op zitting behandeld. Hieraan hebben deelgenomen: voor Epic en de ACM hun gemachtigden en voor Epic ook (via een videoverbinding) twee personen in de Verenigde Staten van Amerika waarvoor de tolk C.M. Pennings (op verzoek van de rechtbank door Epic ingeschakeld) bij de zitting aanwezig is geweest.

Beoordeling door de rechtbank

3. In het bestreden besluit constateert de ACM dat Epic vanwege verschillende activiteiten in (de modus Fortnite Battle Royale van) het door Epic ontwikkelde spel Fortnite een aantal overtredingen van de Whc heeft begaan.

Wat is Fortnite?

4. Fortnite is een online videogame-ervaring met meerdere spelers waarmee gebruikers kunnen spelen en andere activiteiten kunnen ondernemen in virtuele werelden. Fortnite is beschikbaar op meerdere platforms, waaronder pc, consoles (PlayStation, Xbox, Nintendo Switch), mobiele apparaten (iOS in de Europese Unie en Android wereldwijd) en via streamingsdiensten als Nvidia GeForce Now. Fortnite werkt volgens een freemium-model: het is gratis te downloaden en te spelen, vervolgens kunnen in het spel (betaalde) aankopen worden gedaan.

4.1. De meest populaire modus van het spel, Fortnite Battle Royale, is een gratis (play-for-free) te spelen modus. Het is een last man-standing spel waarin tot 100 spelers op een online locatie een character aansturen. Characters spelen tegen elkaar met als doel elkaar te elimineren. Het spel kan alleen of met anderen worden gespeeld. Hierdoor is het mogelijk om met vrienden af te spreken en samen een team te vormen. De speler die (of het team dat) als laatste weet te overleven is de winnaar.

4.2. Het spel is opgebouwd uit verschillende niveaus die spelers kunnen doorlopen. Het spel bestaat uit drie hoofdstukken en ieder hoofdstuk is opgedeeld in acht tot tien seizoenen. De seizoenen zijn gekoppeld aan een zogenaamde 'Battle Pass'. Dat is een getrapt systeem van 100 levels in een bepaald thema die spelers gedurende de looptijd van het seizoen (tien tot twaalf weken) kunnen uitspelen. Een speler speelt een level uit door in een potje (match) opdrachten uit te voeren. Een match duurt gemiddeld 20 minuten. Alle spelers beschikken over een gratis versie van de Battle Pass.

4.3. Om de vijf levels ontvangt een speler een beloning. Dat is vaak een cosmetisch product (item) om de standaard outfit en uitrusting van het character van de speler te kunnen aanpassen en zich daarmee in het spel te kunnen onderscheiden. Deze beloningen behoudt de speler als het seizoen is afgelopen; hij neemt deze mee naar het volgende seizoen.

4.4. In het spel kunnen (betaalde) aankopen worden gedaan. Dat kan in de Item Shop. De Item Shop biedt een breed scala aan cosmetische items, zoals 'outfits', 'emotes' en 'wraps', waarmee spelers het uiterlijk van hun personages en het uiterlijk van hun uitrusting kunnen aanpassen. Deze items bieden geen gameplay-voordelen. De items stellen spelers in staat om hun persoonlijkheid en stijl uit te drukken.

Items in de Item Shop kunnen worden aangekocht met V-Bucks, het online betaalmiddel van Fortnite. Er zijn - grofweg - twee manieren waarop spelers V-Bucks kunnen verkrijgen: (i) verdienen door bepaalde uitdagingen en missies te voltooien in het spelen, en (ii) kopen met giraal geld. Er zijn verschillende pakketten V-Bucks beschikbaar, variërend van kleine

hoeveelheden tot grotere bundels met bonus V-Bucks. Als een speler eenmaal beschikt over V-Bucks, kan hij daarmee vervolgens aankopen doen. Indien aan de orde kunnen er op dat moment door een speler dus ook zelfstandig aankopen worden gedaan zonder tussenkomst van - kort gezegd - ouders en/of verzorgers. Spelers hebben ook de mogelijkheid om een upgrade van de Battle Pass aan te schaffen met V-Bucks. Deze upgrade stelt spelers in staat om extra beloningen te ontvangen naarmate spelers verder komen in het spel. Daarnaast kunnen spelers zich abonneren op Fortnite Crew. Dit abonnement biedt toegang tot de Battle Pass, maandelijkse beloningen in de vorm van V-Bucks, cosmetische beloningen en meer.

Het bestreden besluit

5. In het bestreden besluit constateert de ACM dat Epic drie overtredingen van de Whc heeft begaan. Volgens de ACM toonde Epic bij het aanbod in de Item Shop aflopende timers die niet klopten (overtreding 12). Ook werden kinderen tijdens het spelen van de game met reclame-uitingen rechtstreeks aangezet tot het doen van aankopen (overtreding 23). Verder maakte Epic gebruik van een roulerende Item Shop waarbij het aanbod iedere 24 uur verving. Hierbij verdween een deel van de items (al dan niet definitief) uit de Item Shop. Daarmee werd schaars gecreëerd en kinderen moesten onder tijdsdruk beslissen over het onduidelijke aanbod. Waar de ACM dit eerder op slechts twee onderdelen van de Item Shop betrok, breidt zij dat in de wijzigingsbesluiten uit naar de gehele Item Shop. De ACM vindt dat Epic hiermee handelt in strijd met de vereisten van professionele toewijding (overtreding 34). De ACM heeft voor overtreding 1 een boete opgelegd van 562.500,- en eenzelfde boetebedrag voor overtreding 2. Voor overtreding 3 heeft de ACM een bindende aanwijzing opgelegd.

Beroepsgronden

6. Epic heeft geen beroepsgronden aangevoerd tegen overtreding 1 en tegen de hoogte van de voor de overtredingen 1 en 2 opgelegde boetes. De rechtbank beoordeelt dat daarom niet.

7. Epic voert aan dat de ACM bij overtreding 2 een onjuiste definitie van het begrip kind hanteert en het begrip "rechtstreeks aanzetten tot" onjuist toepast. Zij betoogt dat de ACM bij overtreding 3 het juridisch kader onjuist toepast en haar conclusie baseert op onjuiste en onvoldoende onderbouwde stellingen. Tot slot voert zij aan dat de bindende aanwijzing geen grondslag meer kent (als overtreding 3 niet in stand blijft) en bovendien onvoldoende is onderbouwd. Het bestreden besluit kan wat betreft overtredingen 2 en 3 en de opgelegde bindende aanwijzing volgens Epic dan ook geen standhouden.

Beoordeling overtreding 2 - rechtstreeks aanzetten van kinderen tot het doen van aankopen

8. Artikel 6:193b, derde lid, aanhef en onder b, van het BW bepaalt dat een handelspraktijk in het bijzonder oneerlijk is indien een handelaar een agressieve handelspraktijk verricht als bedoeld in de artikel 6:193i. Op grond van artikel 6:193i, aanhef en onder e, van het BW is kinderen in reclame er rechtstreeks toe aanzetten om geadverteerde producten te kopen of om hun ouders of andere volwassenen ertoe over te halen die producten voor hen te kopen, onder alle omstandigheden een agressieve handelspraktijk.

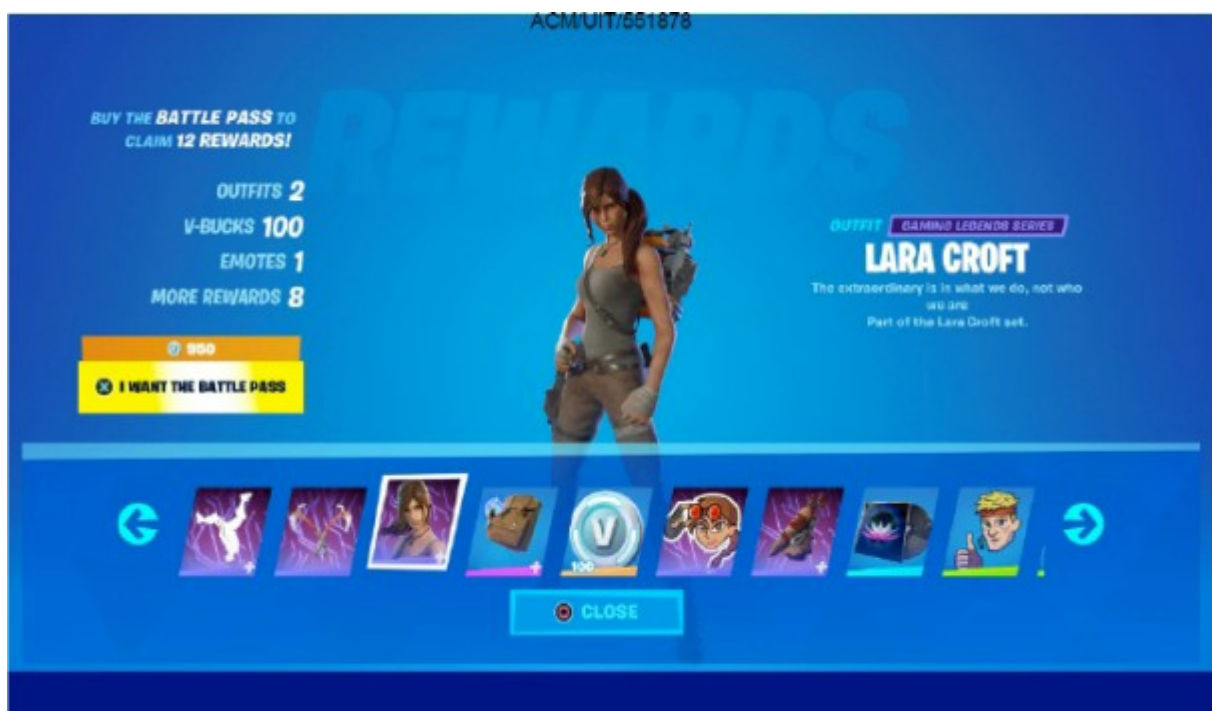
9. De ACM is van oordeel dat Fortnite - en daarmee de hier relevante handelspraktijk - zich richt op kinderen dan wel dat van spelontwikkelaar Epic redelijkerwijs kan worden verwacht te voorzien dat het aanbod en de vormgeving van het spel kinderen in het bijzonder aanspreekt. Dit wordt door Epic in beroep ook niet meer betwist. De ACM verstaat onder kind iedereen tot de leeftijd van 18 jaar.

9.1. De ACM stelt dat kinderen in Fortnite onafwendbaar geconfronteerd werden met de volgende uitingen:

- De promotievideo voor de Battle Pass upgrade. Deze uiting kreeg een kind in ieder geval in de periode van 2 december 2020 tot en met 3 december 2021 te zien als hij Fortnite voor het eerst opstartte in een nieuw seizoen.
- Het Claim Rewards scherm. Dit scherm kreeg een kind in ieder geval in de periode van 2 december 2020 tot en met 7 juni 2021 te zien op het moment dat hij een match wilde verlaten waarin hij een hoger level had bereikt. Het kind kreeg eerst een scherm te zien met de beloning die bij dat level hoorde en die hij had vrijgespeeld. Als het kind de Battle Pass niet had geüpgraded, kreeg hij vervolgens een tweede scherm te zien. Daarop stonden de beloningen die het kind wel vrijgespeeld had in het lopende seizoen maar die hij niet kon claimen zonder de Battle Pass te upgraden. Het kind kon achteraf niet terug naar een vorig seizoen om de daar niet geclaimde beloningen alsnog aan te schaffen;
- De Message of the Day (MOTD). Als een kind Fortnite opstartte verscheen in ieder geval in de periode van 2 december 2020 tot en met 3 december 2021 vaak eerst een melding News die werd gevolgd door een beeldscherm vullende pop-up, de MOTD. Gemiddeld waren er vier MOTDs beschikbaar: de eerste MOTD werd gelijk getoond, voor de andere MOTDs moest het kind doorklikken.

De MOTD kon gaan over nieuwe toevoegingen in het spel en over nieuwe of bestaande features in het spel. Vaak zag de MOTD echter op betaalde items in het spel zoals het abonnement, de Battle Pass upgrade en items in de Item Shop.

In de promotievideo voor de Battle Pass upgrade, het Claim Rewards scherm en de MOTD werden cosmetische items en de upgrade geadverteerd die een kind kon kopen om vervolgens te gebruiken in Fortnite. Deze drie schermen bevatten daarmee reclame. Hieronder staan drie afbeeldingen uit het spel van achtereenvolgens de promotievideo, het claim rewards scherm en de MOTD, die de ACM in het primaire besluit heeft opgenomen.





9.2. De ACM is van oordeel dat de reclame-uitingen kinderen rechtstreeks aanzetten tot het doen van aankopen. Dat baseert de ACM op:

- het taalgebruik in de reclame-uitingen. In de promotievideo van de Battle Pass is de knop "Buy Battle Pass" opgenomen. In het Claim Rewards scherm staat "Buy the BATTLE PASS to claim [X] REWARDS!" in combinatie met de knop "I want the battle pass" opgenomen. In de MOTD staat een knop met teksten als "Check it out", "Get it now", "Get [naam item]" of "Grab it. De ACM ziet in dergelijke uitingen met aanspreekvormen in gebiedende wijs een rechtstreekse aanzet tot koop;⁵
- de opmaak van de reclame-uitingen. In al deze reclame-uitingen is de knop die aanzet tot koop (en die de bovengenoemde teksten in gebiedende wijs bevat) zodanig vormgegeven, dat die opvalt ten opzichte van de rest van het scherm. Deze knop is geel en opvallend weergegeven en is bovendien voor het kind de voorgeselecteerde optie. De knoppen Back en 'Close' - waarop het kind moet klikken om de aankoop niet definitief te maken - zijn daarentegen blauw van kleur en op een onopvallende manier onderaan het scherm neergezet;
- het in de reclame-uitingen aanbieden van producten die kinderen tegen betaling kunnen verkrijgen. Hoe zij deze aankoop vervolgens betalen - met euros of met (vrijgespeelde) V-Bucks - acht de ACM niet relevant. Artikel 6:193i, aanhef en onder e, van het BW ziet op reclame-uitingen en vereist niet dat de aankopen vervolgens daadwerkelijk zijn gedaan (in euro's).

10. De rechtbank is van oordeel dat gelet op het taalgebruik en de opmaak van de uitingen zoals onder 9.2 geschetst er sprake is van het rechtstreeks aanzetten tot het doen van aankopen. Dat een speler na de advertentie of uitnodiging tot aankoop nog een of meer stappen moet maken voordat hij tot een aankoop overgaat, maakt - anders dan Epic stelt - niet dat er geen sprake meer is van rechtstreeks aanzetten tot het doen van een aankoop. Die stappen doen er immers niet aan af dat er op het eerdere scherm al uitingen staan die rechtstreeks aanzetten tot aankoop. De verbodsbepaling beoogt te voorkomen dat kinderen rechtstreeks aangespoord worden om te kopen. De bepaling ziet niet op kinderen voldoende gelegenheid bieden hun opties te overwegen voordat zij tot aankoop besluiten. Ook is in dit verband - zoals de ACM terecht stelt - niet relevant of de aankoop daadwerkelijk is gedaan.

11. Epic betoogt - uitdrukkelijk alleen in het kader van de betwisting van overtreding 2 - dat de ACM bij het begrip kind onterecht uitgaat van een homogene groep "tot 18 jaar". Zij voert - onder verwijzing naar literatuur, soft law en een uitspraak van een Duitse rechter (procedure bij het Landgericht Berlin (LG Berlin) - aan dat de ACM bij de beoordeling van reclame-uitingen onderscheid zou moeten maken tussen kinderen tot en met 15 jaar en jongeren (adolescenten) van 16 jaar en ouder.

12. De rechtbank overweegt dat - ook bij het door Epic voorgestane onderscheid - er sprake blijft van een overtreding omdat in dat geval spelers tot en met 15 jaar als kinderen in de zin van deze bepaling (kunnen) worden aangemerkt en rechtstreeks worden aangezet tot aankopen. Het door Epic gemaakte onderscheid zou dus alleen relevant kunnen zijn voor de hoogte van de opgelegde boete. Epic heeft ter zitting bevestigd dat zij geen gronden aanvoert tegen de hoogte van de boete en een principiële uitspraak wil over het begrip kind in de zin van deze bepaling. De bestuursrechter doet echter geen uitspraken uitsluitend vanwege de principiële betekenis ervan.

13. Volgens Epic heeft de ACM nagelaten bij haar beoordeling rekening te houden met de beperkende maatregelen die Epic heeft genomen om de consumenten te beschermen die het spel Fortnite spelen.

14. De rechtbank overweegt dat uit het dossier blijkt dat tijdens de inbreukperiode (van 2 december 2020 tot en met 3 december 2021) de cancel purchase-button, de retourtickets en een deel van de parental controls (maatregelen voor ouderlijk toezicht) al in het spel aanwezig waren en dat de ACM bij haar beoordeling rekening heeft gehouden met deze maatregelen. De "Loot Boxes" had Epic in 2019 al uit het spel verwijderd waardoor de ACM in haar beoordeling is uitgegaan van een spel zonder deze loot boxes.

- 14.1. De rechtbank is van oordeel dat de cancel purchase button, de retourtickets en de parental controls (die tijdens de inbreukperiode vooral zag op restricties in bijvoorbeeld vriendschapsverzoeken accepteren, chatfunctie, taalgebruik-filters enzovoorts) niet in de weg stonden aan de vaststelling van overtreding 2. Deze maatregelen zijn niet gericht op het beschermen van kinderen voorafgaand aan een aankoop. Verder is ook niet gebleken dat de uitbreiding van het ouderlijk toezicht, de cabined accounts en de "hold to purchase" functie al bestonden ten tijde van de overtreding, zodat de ACM deze - wat daar verder ook van zij - bij de vaststelling van de overtreding niet in haar beoordeling heeft hoeven meenemen.

Conclusie overtreding 2

- 14.2. De beroepsgronden tegen overtreding 2 slagen niet.

Beoordeling overtreding 3 - strijd met vereisten van professionele toewijding?

15. Op grond van artikel 6:193b, tweede lid, van het BW is een handelspraktijk oneerlijk indien een handelaar handelt:

- a. in strijd met de vereisten van professionele toewijding, en
- b. het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar is beperkt of kan worden beperkt,

waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen.

- 15.1. Op grond van artikel 6:193a, tweede lid, van het BW wordt onder gemiddelde consument mede verstaan: het gemiddelde lid van een specifieke groep waarop de handelaar zich richt of het gemiddelde lid van een specifieke groep waarvan de handelaar redelijkerwijs kan voorzien dat die groep wegens hun geestelijke of lichamelijke beperking, hun leeftijd of goedgelovigheid bijzonder vatbaar is voor de handelspraktijk of voor het onderliggende product.

- 15.2. Gelet op artikel 6:193a, aanhef en onder f, van het BW wordt onder professionele toewijding verstaan: het normale niveau van bijzondere vakkundigheid en van zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een handelaar ten aanzien van consumenten mag worden verwacht, in overeenstemming met de op hem rustende verantwoordelijkheid, voortvloeiend uit de voor die handelaar geldende professionele standaard en eerlijke marktpraktijken.

16. Het is vaste rechtspraak dat de vereisten van professionele toewijding aan de hand van de concrete feiten en omstandigheden van het geval moeten worden ingevuld.

17. De ACM stelt dat handelaren als algemeen beginsel op grond van de vereisten van professionele toewijding van artikel 5 van de Richtlijn OHP passende maatregelen moeten nemen om ervoor te zorgen dat het ontwerp van hun interface de besluiten over transacties van consumenten niet verstoren (paragraaf 4.2.7 van de Richtsnoeren OHP). De ACM heeft voor de invulling van de professionele toewijding gekeken naar de beginselen en internationale normen van ethisch ontwerp als transparantie en het vermijden van een schadelijk en bedrieglijk ontwerp. De ACM stelt dat professioneel normgedrag tegengaat dat aanbieders misbruik maken van gedragsvalkuilen van consumenten. De ACM stelt dat de ontwerpkenmerken van onderdelen van Fortnite kunnen worden gekarakteriseerd als een zogenaamd dark pattern (paragraaf 4.2.7 van de Richtsnoeren OHP). Het gaat dan om de onduidelijkheid over het aanbod (verdwijnt een item na afloop van de timer wel of niet uit de Item Shop en voor hoelang) en het gebruiken van tijdsdruk om kunstmatige schaarste te creëren. Ook gaat het over de onduidelijkheid over de zeldzaamheid van het item: het ontstaan van een complex aanbod door het gebruik van kleurkaders en labels bij de aangeboden items - waarvan de betekenis in de spelomgeving niet werd toegelicht - die verband leken te houden met zeldzaamheid ervan maar in werkelijkheid vooral verband hielden met de prijs.

17.1. Deze handelswijze zorgt er volgens de ACM voor dat kinderen worden beperkt in hun vermogen om een geïnformeerd besluit te nemen over de aankoop van items in de Item Shop. Allereerst anticipeerden zij als gevolg van de schaarsteclaims op de kans een item te missen, nu niet duidelijk was welke items er na afloop van de timer uit de Item Shop verdwenen en welke niet. Het gebrek aan transparantie door kleurkaders en labels maakt dat kinderen op het verkeerde been werden gezet. Het gevoel kon ontstaan dat het gaat om een beperkte mogelijkheid om een uniek item te kopen. Als een item schaars/zeldzaam is, wordt aan dat item meer waarde toegekend en gaan kinderen eerder over tot impulsaankopen. Ook moesten kinderen beslissen over een eventuele aankoop onder een tijdsdruk van 24 uur. Ook door de tijdsdruk gaan kinderen eerder over tot een impulsaankoop en denken dus onvoldoende na over het besluit. De tijdsdruk is groter doordat zij maar een beperkte speeltijd hebben en in een spelomgeving zitten waar snel keuzes maken belangrijk is. De ACM beoordeelt deze handelspraktijk als een overtreding, omdat het in strijd is met de vereisten van professionele toewijding.

Is er sprake van een onjuist juridisch kader en niet voldoen aan de bewijslast?

18. Epic betoogt dat zij zich in de Fortnite Item Shop niet bezighoudt met gegevensgestuurde personalisatie en dat de ACM haar definitie van professionele toewijding dan ook niet kan baseren op een paragraaf (4.2.7) in de Richtsnoeren OHP die "gegevensgestuurde personalisatie en dark patterns" bespreekt en daaraan niet vast kan houden zonder rekening te houden met de relevante context en specifieke richtlijnen voor videogames (paragraaf 4.2.9). Een correcte definitie is essentieel voor een juiste beoordeling van een mogelijke overtreding. Dit leidt tot een onzorgvuldige en onevenwichtige beoordeling van Epic's commerciële praktijken en komt neer op een schending van de algemene beginselen van behoorlijk bestuur. Epic betoogt verder dat zelfs als de definitie van professionele toewijding van de ACM juist zou zijn, de ACM niet aan de op haar rustende bewijslast heeft voldaan. Epic voert daartoe aan dat de ACM verplicht is aan te tonen dat niet alleen de gemiddelde consument (kinderen) naar verluidt werd beïnvloed door de handelspraktijken van Epic in hun vermogen om een beslissing te nemen, maar ook hoe deze handelspraktijken in strijd zijn met professionele toewijding. Door deze uitleg niet te geven, mist de beoordeling van de ACM de noodzakelijke basis en voldoet zij niet aan de beginselen van behoorlijk bestuur. De ACM bekijkt alleen het "passende maatregelen nemen om ervoor te zorgen dat het ontwerp van hun interface de besluiten over transacties van consumenten niet verstoren." Nergens is een combinatie van kunstmatige schaarste, onzekerheid over het aanbod, gebrek aan transparantie en tijdsdruk, die kinderen naar verluidt zou hebben aangezet tot impulsaankopen die zij anders niet zouden hebben gedaan, vermeld als een verboden dark pattern.

19. De rechtbank is van oordeel dat de ACM de ontwerpkeuzes in de game op goede gronden heeft getoetst aan regels opgesteld voor het ethisch ontwerp van een game of een website. Verder heeft de ACM kunnen verwijzen naar paragraaf 4.2.7 van de Richtsnoeren OHP. Net als paragraaf 4.2.9 is paragraaf 4.2.7 onderdeel van het hoofdstuk over de digitale sector en dus relevant voor de beoordeling van de handelspraktijk van Epic. Paragraaf 4.2.7 ziet niet alleen op gegevensgestuurde praktijken, maar ook op dark patterns en uit die paragraaf volgt dat dark patterns over het algemeen zijn ingebouwd in digitale interfaces en gegevensgestuurd en gepersonaliseerd kunnen zijn, maar ook op algemenere basis kunnen worden uitgevoerd, waarbij gebruik wordt gemaakt van heuristiek en gedragsneigingen, zoals standaardeffecten of schaarstetendensen. Het betoog van Epic dat zij zich in de Fortnite Item Shop niet bezighoudt met gegevensgestuurde personalisatie, betekent dan ook niet dat de betreffende paragraaf niet van toepassing zou zijn.

De rechtbank is verder van oordeel dat de ACM met de motivering zoals beschreven in 17 en 17.1 voldoende heeft uitgelegd hoe de handelspraktijk, die bestaat uit de daar beschreven op elkaar inwerkende onderdelen van het ontwerp van Fortnite, in strijd is met de professionele toewijding.

Ontbreken causaal verband?

20. De ACM heeft volgens Epic niet aangetoond dat er sprake is van een causaal verband tussen de zogenaamde kunstmatige schaarste en het doen van een aankoop. Indien een product zich richt op minderjarigen of het gaat om een product waarvan redelijkerwijs te voorzien is dat minderjarigen hier bijzonder vatbaar voor zijn, komt een minderjarige bescherming toe waarvan het niveau wordt afgestemd op "een geïnformeerde, omzichtige en oplettende minderjarige". Dit betekent dat de ACM moet aantonen dat de handelspraktijk van Epic daadwerkelijk het vermogen van minderjarigen om een geïnformeerd besluit te nemen, merkbaar beperkt. Dit heeft de ACM niet gedaan. Bovendien heeft de ACM nagelaten om te bewijzen dat de vermeende kunstmatige schaarste daadwerkelijk heeft geleid tot impulsaankopen door kinderen. Er is geen concreet bewijs geleverd dat kinderen door de handelspraktijken van Epic beslissingen hebben genomen die zij anders niet zouden hebben genomen. Zonder dit bewijs kan niet worden geconcludeerd dat het economisch gedrag van kinderen wezenlijk is verstoord.

21. De rechtbank overweegt dat - anders dan Epic stelt - de ACM krachtens de richtlijn OHP niet hoeft aan te tonen dat het economische gedrag van de consument (dat wil zeggen zijn besluit over een transactie) daadwerkelijk is verstoord, maar aannemelijk dient te maken dat de handelspraktijk het economische gedrag van de consument wezenlijk kan verstoren. De ACM kan dit aannemelijk maken door aan de hand van de feiten en omstandigheden te beoordelen of een handelspraktijk waarschijnlijk een dergelijk (verstorend) effect op de gemiddelde consument zal of kan hebben en of het waarschijnlijk is dat de handelspraktijk een effect heeft op het besluit over een transactie van de gemiddelde consument.

21.1. De rechtbank is van oordeel dat de ACM aannemelijk heeft gemaakt dat de geschetste handelspraktijk het economische gedrag van kinderen wezenlijk kan verstoren. De ACM heeft in dit verband verwezen naar het Motivaction onderzoek waaruit blijkt dat 37% van de kinderen die Fortnite Battle Royale spelen daadwerkelijk aankopen doen in het spel en items uit de Item Shop kopen. Daarnaast is er door Unicef onderzoek gedaan waaruit blijkt dat kinderen die aankopen doen in online spellen als Fortnite, regelmatig spijt hadden van een aankoop.⁶ Ook blijkt uit wetenschappelijke literatuur dat hoe jonger de spelers zijn, hoe waarschijnlijker het is dat zij een aankoop doen in de Item Shop. Daar komt bij dat het uniek zijn of het meegaan met trends redenen zijn om items in het spel te kopen, vooral voor kinderen. Hieruit kan worden afgeleid dat informatie over de zeldzaamheid maar ook over beschikbaarheidsduur van een item relevante informatie is voor spelers om een geïnformeerd besluit te nemen. Het is daarom waarschijnlijk dat onduidelijkheid over zeldzaamheid of beschikbaarheidsduur van een item effect heeft op het besluit over een transactie van het kind als gemiddelde consument. Daarnaast volgt uit wetenschappelijke literatuur ook dat kinderen gevoeliger zijn voor schaarsteclaims zoals een aflopende timer en daardoor impulsaankopen doen. Daaruit blijkt dat kinderen gevoelig zijn voor tijdsdruk en dat dat hun besluit over een transactie beïnvloedt. De rechtbank constateert dat hoewel Epic in beroep diverse gronden aanvoert tegen de door de ACM aangehaalde wetenschappelijke literatuur, die gronden niet zien op de door de ACM in verband met

overtreding 3 aangehaalde literatuur maar op de literatuur die in het kader van overtreding 2 is aangehaald.

Conclusie overtreding 3

22. De beroepsgronden tegen overtreding 3 slagen niet.

Bindende aanwijzing

23. Nu er sprake is van een overtreding van artikel 6:193b, tweede lid, van het BW, kan de ACM op grond van artikel 12j van de Instellingswet Autoriteit Consument en Markt (Iw) een bindende aanwijzing opleggen. Hiermee is er - anders dan Epic stelt - een juridische basis voor het opleggen van de bindende aanwijzing.

24. Met de bindende aanwijzing gelastte de ACM Epic om vóór 10 juni 2024 haar digitale aanbod in de Item Shop in Fortnite in overeenstemming te brengen met artikel 6:193b, tweede lid, van het BW. Uit het (gewijzigde) primaire besluit volgt dat Epic daartoe wijzigingen dient aan te brengen in de Item Shop waarmee Epic in ieder geval (a) duidelijkheid geeft over de beschikbaarheidsduur van items door per individueel aangeboden item aan te geven wanneer het uit de Item Shop zal verdwijnen en (b) voor het nemen van een beslissing over het aanschaffen van items een ruimere tijdspanne dan 24 uur geeft die wordt weergegeven op een voor kinderen zo begrijpelijk mogelijke wijze en op een wijze waar zo min mogelijk druk vanuit gaat. De ACM heeft niet precies voorgeschreven wat Epic daarvoor moet doen. Uit de stukken blijkt dat er tussen Epic en de ACM over en weer veel is gemaild en dat Epic uiteindelijk een aantal maatregelen heeft voorgesteld om te voldoen aan de aanwijzing. Hoewel deze maatregelen meer het karakter lijken te hebben van toezeggingen van Epic om haar gedrag aan te passen, heeft de ACM laten weten dat Epic daarmee aan de aanwijzing kan voldoen. ACM heeft Epic daarbij gelast om haar te informeren over de door Epic aangebrachte wijzigingen in de Item Shop binnen drie dagen na afloop van voornoemde periode. De bindende aanwijzing geldt voor een termijn van twee jaar.

25. De door Epic voorgestelde maatregelen om aan de aanwijzing te voldoen zoals genoemd in punt 107 van het (gewijzigde) primaire besluit zijn:

- de bij items aangebrachte kleurkaders en labels worden wereldwijd uit de Item Shop verwijderd;
- de aflopende timers worden wereldwijd uit de Item Shop verwijderd;
- in de Item Shop wordt de lokale tijd getoond waarop de gehele Item Shop ververst;
- op de productpagina van elk beschikbaar item wordt de datum getoond waarop het item de Item Shop zal verlaten;
- voor spelers onder de 18 jaar in Nederland worden slechts items in de Item Shop zichtbaar en beschikbaar die 48 uur of langer worden aangeboden;
- er worden wereldwijd cabined accounts ingevoerd waarmee spelers tot 16 jaar in Nederland toestemming van hun ouders/verzorgers nodig hebben om bepaalde content te zien en bepaalde functies te gebruiken (waaronder het doen van aankopen met giraal geld);
- er wordt een undo purchase-knop geïntroduceerd om aankopen ongedaan te maken binnen 24 uur na aankoop of totdat speler deze voor het eerst gebruikt (welk moment eerst komt);
- er worden per speler drie retourtickets geïntroduceerd waarmee een speler een item in de eerste dertig dagen na aankoop terug kan brengen naar de Item Shop, ongeacht of de items al zijn gebruikt. Ieder jaar ontvangt iedere speler een extra retourticket, zo lang de speler minder dan drie retourtickets heeft (een speler kan over maximaal drie retourtickets beschikken).

25.1. De ACM stelt dat de onzekerheid over de beschikbaarheidsduur van items en de druk voor kinderen om binnen 24 uur te moeten beslissen over een aankoop, door de eerste vijf maatregelen worden verminderd. Daarbij wordt de complexiteit van het aanbod verminderd en worden kinderen beter beschermd tegen het ongewild doen van aankopen. De aanpassingen zullen meer gelegenheid bieden tot weloverwogen beslissingen van kinderen. Die maatregelen mitigeren daarmee het verstoorde economische gedrag van deze doelgroep dat is ontstaan door de vastgestelde overtreding.

25.2. De rechtbank volgt niet het betoog van Epic dat de bindende aanwijzing onvoldoende is onderbouwd.

Wat betreft de leeftijdsgrens in de bindende aanwijzing betoogt Epic dat deze niet voldoende is onderbouwd omdat er - kort gezegd - vanwege de verschillen in kwetsbaarheid binnen de leeftijdscategorie onder de 18 jaar onderscheid moet worden gemaakt tussen kinderen, tieners en jongeren. De rechtbank wijst in dit verband op paragraaf 4.2.9 van de Richtsnoeren OHP waar in relatie tot videospellen en online games wordt gesproken over kwetsbare consumenten zoals kinderen en tieners, die speciale bescherming verdienen op grond van artikel 5, derde lid, van de Richtlijn OHP. Verder betwist Epic in beroep ook niet meer het oordeel van de ACM dat Fortnite zich richt op kinderen dan wel dat van spelontwikkelaar Epic redelijkerwijs kan worden verwacht te voorzien dat het aanbod en de vormgeving van het spel kinderen in het bijzonder aanspreekt. Gelet op artikel 6:193a, tweede lid, van het BW (de implementatie van artikel 5, derde lid, van de Richtlijn OHP) is de gemiddelde consument hier dan het gemiddelde lid van de groep kinderen en dan is naar het oordeel van de rechtbank een onderscheid naar leeftijdscategorieën onder de 18 jaar, zoals Epic die voorstaat, niet relevant. Uit de uitspraak van 8 juli 2015 van het CBb7 blijkt ook geen terughoudende en restrictieve uitleg bij het maken van een uitzondering op het criterium van de doorsneeconsument wanneer het gaat om een specifieke groep bijzonder vatbare consumenten. De leeftijdsgrens is naar het oordeel van de rechtbank dan ook voldoende onderbouwd.

25.3. De rechtbank is van oordeel dat de ACM - anders dan Epic meent - ook voldoende heeft onderbouwd waarom de items in de Item Shop minimaal 48 uur beschikbaar dienen te zijn voor spelers onder de 18 jaar. De ACM heeft aangevoerd dat een kind binnen 24 uur beperkte speeltijd heeft. Voor het gemiddelde lid van de groep kinderen (personen onder de 18 jaar) kan over het algemeen worden gesteld dat zij nog thuis wonen, doordeweeks naar school gaan en hobbys hebben. Ook beperken de ouders van deze groep hun kinderen over het algemeen in hun speeltijd. Dit betekent dat effectief waarschijnlijk dan ook slechts een klein deel van de 24 uur beschikbaar is aangezien veel kinderen geen onbeperkte speeltijd hebben. Daardoor zullen zij veelal in één speelmoment moeten beslissen over het al dan niet doen van een aankoop. Daarbij geldt dat 48 uur het kind meer gelegenheid geeft om over zijn keuze na te denken. Ze kunnen er dan immers tenminste een nachtje over slapen. Dat vermindert de druk om direct een beslissing te nemen. De ACM heeft ook benadrukt dat het duidelijk communiceren over de beschikbaarheid van een Item, ook als dat langer dan 48 uur beschikbaar is, zorgt voor een vermindering van de druk op het kind om direct een besluit te nemen. Het betoog van Epic dat kinderen - afhankelijk van hun persoonlijke situatie en de afspraken die zij met hun ouders hebben - mogelijk meerdere spelsessies per dag kunnen hebben, doet er niet aan af dat 24 uur het kind weinig gelegenheid geeft om over zijn keuze na te denken.

25.4. Het betoog van Epic dat de ACM onvoldoende heeft onderbouwd waarom de kleurkaders en labels bij items voor onduidelijkheid bij kinderen zorgt, slaagt niet. Met de namen van de labels uncommon, rare, epic en legendary wordt de indruk gewekt dat de labels iets te zeggen over de zeldzaamheid van een item terwijl Epic in de gronden van bezwaar erkent dat de labels en kleurkaders alleen informatie geven over de prijs.

25.5. De rechtbank overweegt dat met de eerste vijf maatregelen weergegeven onder 25 een einde komt aan de overtreding van het voorschrift. Wat betreft de andere drie maatregelen stelt de ACM dat deze zijn opgenomen nadat Epic heeft aangegeven ook deze maatregelen door te willen voeren in Fortnite om zo tegemoet te komen aan de bescherming van kinderen. Nu Epic tegen het opnemen van deze maatregelen in de bindende aanwijzing geen beroepsgronden aanvoert, laat de rechtbank die maatregelen verder buiten haar beoordeling.

Conclusie bindende aanwijzing

26. Het beroep tegen de bindende aanwijzing slaagt niet.

Conclusie en gevolgen

27. De beroepsgronden slagen niet. Het beroep is daarom ongegrond. Dat betekent dat het bestreden besluit in stand blijft.

28. Omdat het beroep ongegrond is, krijgt Epic het door haar betaalde griffierecht niet terug. Zij krijgt ook geen vergoeding van haar proceskosten.

29. Gelet op artikel 6, derde lid, onder e, van het Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden heeft Epic recht op kosteloze bijstand van een tolk ter zitting. Dat betekent dat ten laste van het Rijk komen de kosten van de tolk voor een bedrag van totaal 247,10 (79,50 op basis van een forfaitair uurtarief van 53 euro) en 167,60 (op basis van 1 per gereisde kilometer).

Beslissing

De rechtbank:

- verklaart het beroep ongegrond;
- verstaat dat de griffier voor de kosten van de tolk een bedrag van 247,10 aan Epic vergoedt.

Deze uitspraak is gedaan door mr. A.C. Rop, voorzitter, mr. S.M. Goossens en mr. C.A. Geleijnse, in aanwezigheid van mr. M. Traousis-van Wingaarden, griffier. Uitgesproken in het openbaar op 14 januari 2026.

griffier	voorzitter
----------	------------

Een afschrift van deze uitspraak is verzonden aan partijen op:

Informatie over hoger beroep

Een partij die het niet eens is met deze uitspraak, kan een hogerberoepschrift sturen naar het College van Beroep voor het bedrijfsleven waarin wordt uitgelegd waarom deze partij het niet eens is met deze uitspraak. Het hogerberoepschrift moet worden ingediend binnen zes weken na de dag waarop deze uitspraak is verzonden.

Digitaal hoger beroep instellen kan via "Formulieren en inloggen" op www.rechtspraak.nl. Hoger beroep instellen kan eventueel ook nog steeds door verzending van een brief aan het College van Beroep voor het

bedrijfsleven, Postbus 20021, 2500 EA s-Gravenhage.

Kan de indiener de behandeling van het hoger beroep niet afwachten, omdat de zaak spoed heeft, dan kan de indiener de voorzieningenrechter van het College van Beroep voor het bedrijfsleven vragen om een voorlopige voorziening (een tijdelijke maatregel) te treffen.

-
- ¹ Op grond van artikel 8:29, eerste en derde lid, van de Awb.
 - ² Overtreding van artikel 8.8 van de Whc in samenhang met artikel 6:193g, aanhef en onder g, van het BW.
 - ³ Overtreding van 8.8 van de Whc in samenhang met artikel 6:193i, aanhef en onder e, van het BW.
 - ⁴ Overtreding van 8.8 Whc in samenhang met artikel 6:193b, tweede lid, van het BW.
 - ⁵ Zij verwijst ernaar dat in diverse uitspraken van nationale rechters in andere EU-lidstaten in vergelijkbare zaken op eenzelfde manier is geoordeeld over dergelijke teksten. Vgl. Bundesgerichtshof 17 juli 2013, 1 ZR 34/12 (Runes of Magic), punt 26; Oberste Gerichtshof 9 juli 2013, 4 Ob 95/13v, (Disney Universe), punt 4.1.
 - ⁶ Onderzoek van Unicef Nederland van 21 november 2024 "Veel basisschoolleerlingen spijt van aankopen tijdens gamen".
 - ⁷ ECLI:NL:CBB:2015:191, punt 3.5.
-