Laat de mens bereikbaar blijven

ACM en AP pleiten voor toegang tot menselijk contact en transparantie bij inzet van AI-chatbots

2 oktober 2025

1. Een digitale omweg

Thomas heeft een vraag over zijn abonnement en neemt contact op met het bedrijf waar hij klant is. Op de website wordt hij automatisch verwezen naar Alex – een vriendelijke chatbot die menselijk overkomt in zijn manier van spreken. Wanneer Alex de vraag niet correct kan beantwoorden, schakelt hij Thomas door naar Anna. Thomas denkt dat Anna een medewerker is, maar na enkele zinnen twijfelt hij. Ook Anna lijkt een chatbot te zijn. De antwoorden die Anna geeft, zorgen voor verwarring. Omdat de kwestie voor Thomas dringend is, wil hij snel een écht persoon spreken. Pas na meerdere pogingen krijgt Thomas eindelijk een medewerker te spreken die zijn vraag wél goed kan beantwoorden.

Wat Thomas meemaakt is inmiddels geen uitzondering meer. Steeds vaker merken mensen dat zij verstrikt raken in digitale interacties, zonder dat duidelijk is of zij met een medewerker of een machine spreken. De toegang van klanten tot menselijk contact komt daarmee onder druk te staan.

2. De nieuwe realiteit: menselijk contact raakt uit beeld

Wat jaren geleden begon met eenvoudige, regelgebaseerde bots, ontwikkelt zich nu razendsnel richting geavanceerde generatieve artificiële intelligentie (AI)-systemen. Deze systemen communiceren namens organisaties via spraak- of tekstinterfaces en nemen in veel gevallen het eerste, en soms enige, contactmoment in de dienstverlening op zich. Ontwikkelaars geven deze bots vaak een naam, een persoonlijkheid en een informele stijl. Ze gebruiken grapjes, fouten, straattaal en emoji's om menselijker over te komen. Sommige organisaties laten meerdere AI-assistenten samen optreden als 'collega's op de klantenservice'. En soms moet een gebruiker net even iets langer wachten op een antwoord, waarbij het lijkt alsof er iemand aan het typen is. Dit alles draagt bij aan een gebruikerservaring die vertrouwd en efficiënt lijkt.

Dat organisaties innoveren en steeds vaker chatbots inzetten, is een begrijpelijke strategische keuze. Er zijn allerlei voordelen aan verbonden, voor zowel de mensen die ze ermee bedienen als de organisaties. Mensen kunnen sneller antwoord krijgen op hun vraag, op elk moment van de dag vanwege de continue beschikbaarheid van dienstverlening. Daarnaast zijn kostenbesparingen en schaalbaarheid belangrijke overwegingen van organisaties om chatbots in te zetten.

Toch maken de Autoriteit Consument & Markt (ACM) en de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) zich zorgen over de manier waarop steeds meer organisaties AI-chatbots gebruiken op websites, in apps en via de telefoon. Chatbots worden gepositioneerd als volwaardige aanspreekpunten, en de route naar menselijk contact raakt op de achtergrond. Dit is zorgwekkend vanuit het perspectief van de consument. AI-chatbots kunnen heel nuttig zijn, als zij geen drempel vormen voor effectieve communicatie, eerlijke behandeling en er toegang is tot echt menselijk contact wanneer daar behoefte aan is.

Als mensen echter vastlopen in een systeem dat hun vragen niet oplost en hen geen toegang geeft tot een medewerker, raken ze gefrustreerd. Dit vergroot ook het risico op schending van fundamentele rechten, zoals het recht om niet gediscrimineerd te worden en menselijke waardigheid.[i] Ook essentiële consumentenrechten kunnen door het gebruik van chatbots in het geding komen. Denk aan het recht op informatie, hulp bij klachten en effectieve communicatie.[ii]

3. Zorgen over structurele risico's bij inzet van AI-chatbots

Binnen het consument- en digitale mensenrechtentoezicht ontvangen de ACM en de AP signalen die wijzen op terugkerende knelpunten en risico's. Deze signalen lijken niet incidenteel en vragen daarom om nadere reflectie en actie:

- Chatbots nemen steeds vaker de eerste lijn van communicatie over. Daarbij is het voor mensen moeilijker om eenvoudig contact met een medewerker te krijgen als zij daar behoefte aan hebben.
- Het wordt voor mensen steeds lastiger te herkennen of ze met een medewerker of een machine communiceren, wat kan leiden tot verwarring en onzekerheid.
- Soms moeten mensen eerst een volledig gesprek met een chatbot voeren voordat ze een medewerker kunnen spreken. In andere gevallen krijgen ze pas na een gesprek met een chatbot een telefoonnummer, dat nergens anders te vinden is. Wie dat nummer belt, krijgt opnieuw een chatbot te spreken.
- Geavanceerde generatieve AI-modellen zijn geneigd om mensen naar de mond te praten, te improviseren en schijnzekerheid te wekken. Dit geldt ook wanneer de antwoorden feitelijk onjuist of onvolledig zijn. Hierdoor neemt het risico toe dat mensen verkeerde informatie krijgen, of op het verkeerde been worden gezet.

Bovenstaande knelpunten en risico's treffen iedereen, maar vormen vooral een hoge digitale drempel voor mensen in kwetsbare posities. Hierdoor krijgen zij moeilijk of geen toegang tot hulp. Denk aan mensen die moeite hebben met taal of digitale middelen, of een visuele of auditieve beperking hebben. Voor hen werkt communiceren met een chatbot vaak niet goed, bijvoorbeeld omdat chatbots niet altijd goed te besturen zijn met enkel een toetsenbord. Dat maakt het voor mensen met een beperking lastig om überhaupt goed in contact te komen met de chatbot.[iii]

Aanvullend spelen er bij de inzet van AI-chatbots risico's op het gebied van privacy en veiligheid. Zo kan het aanbieden van publieke chatbots ook een veiligheidsrisico meebrengen voor de bescherming van (persoons)gegevens binnen een organisatie. Juist omdat deze typen chatbots zijn ingesteld om zo behulpzaam mogelijk te zijn, schuilt er een risico in dat ze door kwaadwillenden via promptinjectietechnieken worden gebruikt om toegang te verkrijgen tot vertrouwelijke gegevens binnen de organisatie. Een ander risico is dat gebruikers onbewust gevoelige persoonsgegevens delen zonder er bewust van te zijn wat hiermee gebeurt, of zonder dat dit goed geregeld is.[iv]

4. Wetgeving kan explicieter zijn

Het consumentenrecht verplicht bedrijven nu al tot rechtstreekse en effectieve communicatie met consumenten[v]. Voor ons als toezichthouders betekent deze norm dat er altijd menselijk contact mogelijk moet zijn. Een belangrijk onderdeel van effectieve communicatie is verder dat de consument de juiste informatie ontvangt.[vi]

Vanaf 2 augustus 2026 zullen bovendien nieuwe EU-verplichtingen gaan gelden op basis van de AI-verordening, waaronder transparantie[vii] over de inzet van AI-chatbots. Organisaties moeten dan zorgen dat gebruikers bij de eerste interactie met een AI-systeem op duidelijke wijze worden geïnformeerd dat zij communiceren met een AI-systeem en niet met een medewerker, om misleiding te voorkomen.

De huidige regels kunnen echter explicieter:

Niet voor alle bedrijven blijkt nu duidelijk dat er al een norm is die bedrijven verplicht dat consumenten contact kunnen krijgen met een medewerker. Deze duidelijkheid bestaat al wel voor tussenhandeldiensten zoals online platforms op basis van de Digital Services Act. In deze verordening staat expliciet dat er de mogelijkheid moet bestaan "*om rechtstreekse en efficiënte communicatiemiddelen te kiezen die niet uitsluitend op geautomatiseerde instrumenten berusten*".[viii] Een dergelijke aanvulling ontbreekt in het consumentenrecht en zou ook hier wettelijk verankerd moeten worden. Een kans om dit breed te verankeren is de herziening van Europese consumentenwetgeving onder de noemer van de Digital Fairness Act die de Europese wetgever op dit moment voorbereidt.

De AI-verordening bevat algemene regels over transparantieverplichtingen, maar geeft nog geen duidelijke richtsnoeren over de vormgeving en presentatie van AI-chatbots. Ook is er nog geen duidelijkheid over welke informatie aanbieders minimaal moeten geven om gebruikers goed te informeren. Het doel van deze verplichtingen is dat AI-systemen duidelijk herkenbaar zijn als zodanig, zodat gebruikers niet worden misleid. Zo kan bijvoorbeeld onwenselijk zijn dat de aanbieder een chatbot-ontwerp kiest waarbij het lijkt alsof een medewerker een antwoord typt door 'typende' puntjes te tonen. Dit kan namelijk de indruk wekken van persoonlijk menselijk contact. Op dit moment bereidt de Europese Commissie deze richtsnoeren voor.

5. Onze oproep: neem verantwoordelijkheid, houd regie over antwoorden van chatbots, zorg voor toegang tot menselijk contact en transparantie

Als toezichthouders doen wij een dubbele oproep om de risico's bij de inzet van AI-chatbots tegen te gaan:

- **Aan bedrijven en ontwikkelaars:**
    - Neem uw maatschappelijke verantwoordelijkheid én handel toekomstgericht: houd regie over de informatie die uw chatbot verstrekt. Chatbots kunnen de dienstverlening versterken, maar alleen als zij toegankelijk zijn en gebruikers niet in verwarring brengen. Bedenk daarbij: een chatbot spreekt namens uw organisatie. Elke verwarring, fout of misleiding tast het vertrouwen aan dat de consument heeft in uw bedrijf of dienst.
    - Maak gebruikers duidelijk dat ze met een machine communiceren.

- Onjuiste of verwarrende antwoorden moeten door menselijk contact eenvoudig kunnen worden hersteld[ix]. Zorg ervoor dat er altijd ook eenvoudig menselijk contact mogelijk is, als mensen daar behoefte aan hebben.
- De AP en ACM zullen zich vanuit hun taken de komende tijd richten op een verantwoorde inzet van chatbots. Een eerste stap is om in gesprek te gaan met bedrijven, te komen tot een uitwerking van de normen en guidance geven.

- **Aan de wetgever:**
  - Expliciteer in het Europese consumentenrecht dat bedrijven niet uitsluitend kunnen communiceren op basis van geautomatiseerde systemen, en dat er toegang is tot menselijk contact als daar behoefte aan is. Doe dit naar voorbeeld van de DSA, via de Digital Fairness Act. Mensen moeten eenvoudig contact kunnen opnemen met een medewerker wanneer zij daar behoefte aan hebben. We vragen de nationale wetgever om dit standpunt in te brengen in de Europese Raad. En we vragen de Europese Commissie om dit op te nemen in het voorstel voor de Digital Fairness Act.
  - We vragen de Europese Commissie om de transparantieverplichtingen in de AI-verordening in te vullen met duidelijke richtsnoeren voor het ontwerp van AI-chatfuncties. Deze moeten qua ontwerp en presentatie eerlijk, herkenbaar en toegankelijk zijn.

Bedrijven, ontwikkelaars en wetgever: onderneem actie. Alleen zo kan technologie bijdragen aan vertrouwen, toegankelijkheid, en eerlijke en effectieve dienstverlening.

---

[i] Zoals gewaarborgd in het EU-Handvest van de grondrechten en de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG).
[ii] In de Richtlijn inzake elektronische handel (2000/31/EG), en bijvoorbeeld het recht op effectieve toegang tot diensten zoals verankerd in het Burgerlijk Wetboek en de Wet handhaving consumentenbescherming.
[iii] https://www.digimonitor.nl/gemeenten/gemeente-waar-sta-je/gemeenten-en-chatten/onderzoek-chatbot-2025/details/
[iv] De AP heeft er eerder op gewezen dat het gebruik van AI-chatbots kan leiden tot datalekken: https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/actueel/let-op-gebruik-ai-chatbot-kan-leiden-tot-datalekken
[v] In de Richtlijn inzake elektronische handel (2000/31/EG).
[vi] HvJ EG 16 oktober 2008, C-298/07, ECLI:EU:C:2008:572 (Deutsche Internet *Versicherung* AG)
[vii] Artikel 50 van de verordening (EU) 2024/1689 van het Europees Parlement en de Raad van 13 juni 2024 tot vaststelling van geharmoniseerde regels betreffende artificiële intelligentie en tot wijziging van de Verordeningen (EG) nr. 300/2008, (EU) nr. 167/2013, (EU) nr. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 en (EU) 2019/2144, en de Richtlijnen 2014/90/EU, (EU) 2016/797 en (EU) 2020/1828 (Verordening artificiële intelligentie).
[viii] Verordening (EU) 2022/2065 van het Europees Parlement en de Raad van 19 oktober 2022 betreffende een eengemaakte markt voor digitale diensten en tot wijziging van Richtlijn 2000/31/EG (digitaledienstenverordening), art.12 en ov. 43.
[ix] Artikel 22 van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (Verordening (EU) 2016/679) geeft betrokkenen het recht op menselijke tussenkomst in situaties waarin een geautomatiseerde besluitvorming plaats vindt die rechtsgevolgen heeft of hen op vergelijkbare wijze significant treft. In veel interacties met AI-chatbots is daar géén sprake van: de chatbot neemt geen formeel besluit, maar beperkt zich tot het beantwoorden van vragen, het verstrekt informatie of verwijst door namens een organisatie. In zulke gevallen is dus het recht op menselijke tussenkomst zoals bedoeld in artikel 22 niet van toepassing.