



Rapport

Consumenten en de Digital Services Act

Kwantitatief onderzoek naar de kennis en
ervaringen van consumenten op online
platforms



Consumenten en de Digital Services Act

Ons kenmerk : ACM/INT/532327
Zaaknummer : ACM/25/196677
Datum : 19 juni 2025
Auteurs :
Versie : 1.0
Aantal pagina's : 23

Inhoudsopgave

| | |
|---|-----------|
| Consumenten en de Digital Services Act | 1 |
| 1 Samenvatting | 4 |
| 1.1 Inleiding | 4 |
| 1.2 Resultaten | 4 |
| 1.3 Conclusies | 4 |
| 2 Inleiding | 5 |
| 3 Onderzoeksopzet | 6 |
| 4 Resultaten | 7 |
| 5 Conclusie | 11 |
| 6 Bijlagen | 13 |
| 6.1 Bijlage 1: vragenlijst DSA consumenten | 13 |
| 6.2 Bijlage 2: kennisvragen | 16 |
| 6.3 Bijlage 3: lijst met DSA-situaties | 17 |
| 6.4 Bijlage 4: 10 vaakst ervaren DSA-situaties en uitleg DSA verplichting | 19 |

1 Samenvatting

1.1 Inleiding

Sinds 17 februari 2024 is de Europese verordening Digital Service Act (DSA) van kracht. De DSA bestaat uit nieuwe rechten voor gebruikers en zorgvuldigheidsverplichtingen voor digitale diensten, waaronder online platforms. Online platforms zijn digitale omgevingen waar gebruikers interactie kunnen hebben met elkaar, door zelf content te delen of producten aan te bieden.

Het doel van de verplichtingen in de DSA is om bij te dragen aan een betrouwbare, veilige en voorspelbare online omgeving. De ACM houdt sinds 4 februari 2025 toezicht op deze verplichtingen, bij digitale diensten die in Nederland zijn gevestigd. Om als ACM de rol van toezichthouder effectief te kunnen vervullen, is het noodzakelijk een beeld te hebben van de DSA-situaties die consumenten tegenkomen op online platforms en van welke situaties zij de meeste last ervaren. Met dit doel heeft de ACM een vragenlijstonderzoek uitgezet onder een representatieve groep Nederlanders (van 16 jaar en ouder) die regelmatig gebruikmaken van online platforms.

1.2 Resultaten

Uit de resultaten blijkt dat 66% van de gebruikers van online platforms wel eens DSA-situaties ervaart. De problemen die het vaakst worden ervaren, zijn:

- Er werd contact gezocht met een online platform, maar dit kon alleen via een **geautomatiseerd systeem**, zoals een chatbot (35% van de gebruikers).
- Dat men het gevoel heeft door het platform te worden **misleid** om bepaalde keuzes te maken, bijvoorbeeld door algoritmes die bepalen wat gebruikers zien (29% van de gebruikers).
- Dat gebruikers probeerden contact op te nemen met een online platform maar **geen contactgegevens** kon vinden (20% van de gebruikers).

Gebruikers van online platforms gaven aan het meest last te hebben van de situatie waarin hun account of content geblokkeerd werd, maar niet duidelijk was waarom dit gebeurde en/of hoe ze dit konden terugdraaien. Ook hadden gebruikers er veel last van als ze enkel contact konden krijgen meteen platform via een geautomatiseerd systeem (zoals een chatbot). De gebruikers van online platforms komen het vaakst problemen tegen op Facebook, Instagram en Bol.

Het kennisniveau over DSA verplichtingen is bij gebruikers van online platforms erg wisselend. Bij twee stellingen wist het overgrote merendeel het juiste antwoord te geven. Deze gingen erover of altijd duidelijk moet zijn dat content reclame is en van wie afkomstig en dat het altijd mogelijk moet zijn om illegale content te melden. Bij twee stellingen wist maar ongeveer een vijfde van de gebruikers het goede antwoord te geven. Deze gingen erover of een platform zonder waarschuwing accounts mag blokkeren en of een platform enkel een geautomatiseerd contactstelsel mag hebben. Slechts één op de drie deelnemers gaf aan behoefte te hebben aan meer informatie over DSA verplichtingen.

1.3 Conclusies

- Het merendeel van de gebruikers komt DSA-situaties tegen op online platforms. Moeilijk in contact komen met online platforms of verkopers en misleiding om bepaalde keuzes te maken komen het vaakst voor.
- Gebruikers ervaren als vervelendste situaties het blokkeren van content of accounts zonder reden en handelingsperspectief, en geautomatiseerde contactsystemen.
- De platforms waar de meeste gebruikers DSA-situaties tegenkwamen zijn Facebook, Instagram en Bol.
- Het kennisniveau over DSA-verplichtingen bij gebruikers van online platforms is erg wisselend, sommige stellingen worden door veel gebruikers fout beantwoord. Toch hebben weinig gebruikers behoefte aan meer informatie over hun rechten onder de DSA.

2 Inleiding

Sinds 17 februari 2024 is de Europese verordening *Digital Service Act* (DSA) van kracht. De DSA bestaat uit nieuwe rechten voor gebruikers en zorgplichtverplichtingen voor digitale diensten, waaronder online platforms. Online platforms zijn digitale omgevingen waar gebruikers interactie kunnen hebben met elkaar, door zelf content te delen of producten aan te bieden.

Het doel van de verplichtingen in de DSA is om bij te dragen aan een betrouwbare, veilige en voorspelbare online omgeving.¹ Zo moeten online platforms een gebruikersvriendelijk systeem hebben voor gebruikers om illegale content te melden, moeten zij onderbouwen waarom zij een account hebben geblokkeerd of content hebben verwijderd, en moet het makkelijk zijn voor gebruikers om contact op te nemen met online platforms en verkopers. De ACM houdt sinds 4 februari 2025 toezicht op de verplichtingen in de DSA, bij digitale diensten die in Nederland zijn gevestigd.

Om als ACM de rol van toezichthouder effectief te kunnen vervullen, is het van belang dat niet enkel de juridische kaders bekend zijn, maar dat er ook kennis is met betrekking tot het gedrag en de ervaringen van de mensen om wie het gaat. Deze kennis is nodig om gericht, onderbouwd en effectief voorlichting te geven en toezicht te houden.

Om deze kennisbasis te versterken zijn in 2024 twee gedragsonderzoeken uitgevoerd: een kwantitatief onderzoek onder zakelijke gebruikers en een verkennend (kwalitatief) onderzoek consumenten die gebruik maken van online platforms. Uit het verkennende onderzoek onder consumenten bleek onder andere dat de DSA als begrip en de verplichtingen nog grotendeels onbekend zijn bij de deelnemers waarmee gesprekken waren gevoerd. De meest genoemde klachten van de geïnterviewde gebruikers gingen over de bereikbaarheid van platforms en over misleidende of gebrekkige informatie. Deze resultaten boden interessante eerste inzichten, maar zijn vanwege de verkennende methode niet te generaliseren naar de gehele populatie van Nederlandse gebruikers. Naast onderzoek kunnen er ook lessen worden getrokken uit de meldingen over DSA-gerelateerde problemen die bij de ACM binnenkomen. Deze meeste van deze meldingen in 2024 gingen over geblokkeerde accounts (ca. 26%), de afhandeling van klachten over illegale inhoud (ca. 16%), het tegenkomen van illegale inhoud (ca. 10%) en de contactmogelijkheden van online platforms (ca. 9%). Echter geven ook meldingen geen representatief beeld van de ervaringen van consumenten met online platforms.

Om een representatief beeld te vormen van de ervaringen van consumenten met betrekking tot de verplichtingen in de DSA, heeft de ACM een kwantitatief onderzoek uitgevoerd onder consumenten. In dit onderzoek stonden de volgende onderzoeksvragen centraal:

1. Welke DSA situaties komen consumenten het vaakst tegen en op welke online platforms?
 - Van welke situaties hebben consumenten de meeste last?
2. In hoeverre hebben consumenten kennis over hun rechten en de verplichtingen voor online platforms onder de DSA?
 - In hoeverre hebben consumenten behoefte aan meer informatie met betrekking tot de DSA?

¹ Bron: Tweede Kamer der Staten-Generaal. (2023). *Memorie van toelichting: Implementatiewet Digital Services Act* (Kamerstuk 36289, nr. 3). Den Haag: Tweede Kamer.

3 Onderzoeksopzet

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is er een online vragenlijst afgenomen bij 1816 personen, geworven door onderzoeksbureau Motivaction². Dit betrof een representatieve steekproef van Nederlanders van 16 jaar en ouder die minimaal 1 uur per week gebruikmaken van online platforms³. De deelnemers kregen eerst een korte tekst te lezen over de gehanteerde definities van een online platform en van (illegale) content waarna ze 10 vragen invulden ([Bijlage 1](#)). De vragenlijst duurde gemiddeld 10 minuten om in te vullen.

Allereerst gaven de deelnemers aan van welke platforms zij gebruikmaken. Vervolgens kregen de deelnemers 7 DSA-gerelateerde stellingen te zien met de vraag aan te geven of deze waar of onwaar zijn ([Bijlage 2](#)). De stellingen betroffen verplichtingen die onder de DSA vallen zoals 'Als een platform mijn content of account blokkeert/verwijdert, moet worden vermeld wat ik kan doen om dit terug te draaien' (waar). Om het kennisniveau van de DSA onder de deelnemers te meten, is gekeken hoe vaak de verschillende stellingen terecht met 'waar' of 'onwaar' werden beantwoord.

Daarna werd de deelnemers gevraagd van 20 DSA-gerelateerde situaties ([Bijlage 3](#)) aan te geven of ze deze wel eens hadden meegemaakt, en zo ja op welke platforms. Het betrof situaties die mensen op online platforms tegen kunnen komen en die niet zijn toegestaan onder de DSA. Een voorbeeld van zo'n situaties is 'Ik wilde contact opnemen met een online platform waar ik producten (ver)kocht, maar kon geen contactgegevens vinden'. Per situatie die een deelnemer had meegemaakt werd ook gevraagd hoeveel last hij of zij hiervan had gehad.

Tenslotte werd de informatiebehoefte van de deelnemers uitgevraagd. Dit door hen eerst te vragen aan te geven in hoeverre zij behoefte hadden aan meer informatie over hun rechten als gebruiker en/of de verplichtingen voor online platforms. Deelnemers die aangaven weinig behoefte aan informatie te hebben werd gevraagd wat hiervoor de reden was. Deelnemers die wel behoefte hadden aan informatie, werd gevraagd over welke specifieke onderwerpen zij meer willen weten.

De data van 1816 deelnemers zijn geanalyseerd met het statistische programma R Studio. Voordat de data geanalyseerd werden heeft er een weging plaatsgevonden om te zorgen dat de verschillende onderzochte groepen (leeftijdscategorieën, opleidingsniveaus, woonplaats en geslacht) qua vertegenwoordiging in het onderzoek overeenkomen met de Nederlandse populatie. De resultaten van de analyse zijn in het volgende hoofdstuk te lezen.

² Deelnemers kwamen uit het Stempunt-panel. Het Stempunt-Panel is het ISO-gecertificeerde online onderzoekspanel van Motivaction

³ Hiermee wordt bedoeld: een online plek waar gebruikers zelf content delen, producten/diensten aanbieden, of communiceren met groepen mensen. Voorbeelden hiervan zijn Instagram, Bol en Marktplaats.

4 Resultaten

1. Ervaringen met online platforms en DSA-situaties

Gebruikers kregen een lijst te zien met online platforms met de vraag om aan te vinken welke zij gebruiken. Hierbij konden ook zelf platforms worden ingevuld die niet in de lijst stonden. Alle gebruikers gaven aan een of meerdere online platforms te gebruiken. Onderstaande tabellen geven weer welke tien platforms door de meeste gebruikers worden gebruikt en welke drie platforms per leeftijdsgroep het meest worden gebruikt.

Tabel 1

Meestgebruikte platforms

| PLATFORM | PERCENTAGE |
|-------------|------------|
| Bol | 78,5% |
| Facebook | 69,7% |
| Youtube | 64,7% |
| Marktplaats | 60,7% |
| Instagram | 57,4% |
| Spotify | 50,1% |
| Linkedin | 34,5% |
| Booking.com | 32,6% |
| Amazon | 29,8% |

Tabel 2

Meestgebruikte platforms per leeftijdsgroep

| LEEFTIJDGROEP | PLATFORM 1 | PLATFORM 2 | PLATFORM 3 |
|---------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| 16 T/M 24 | Instagram (88%) | Spotify (83%) | Bol (81%) |
| 25 T/M 34 | Bol (80%) | Facebook (75%) | Youtube (73%) |
| 35 T/M 44 | Bol (83%) | Facebook (74%) | Marktplaats (67%) |
| 45 T/M 54 | Bol (78%) | Facebook (72%) | Marktplaats (65%) |
| 55 T/M 64 | Bol (77%) | Facebook (71%) | Youtube (62%) |
| 65 T/M 80 | Facebook (75%) | Bol (72%), | Youtube/Marktplaats (allebei 51%) |

Naast leeftijd is ook gekeken welke drie platforms er het meest worden gebruikt per opleidingsniveau. Hieruit bleek dat er weinig verschil is tussen de groepen. Bol, Facebook en Youtube stonden bij alle groepen in de top 3, waarbij hoog- en midden opgeleiden⁴ Bol het meest gebruiken, en laagopgeleiden Facebook het meest gebruiken.

⁴ Opleidingsniveaus zijn geclassificeerd door onderzoeksbureau Motivaction op de volgende manier: hoogopgeleid bevat bachelor HBO/WO, master HBO/WO of postdoctoraal. Midden opgeleid bevat HAVO/VWO, MBO 2/3/4 (MBO voor 1998), en VMBO (theoretisch/gemengd)/MAVO. Laagopgeleid bevat MBO 1, VMBO (beroepsgericht), en geen opleiding afgerond.

Gebruikers werd vervolgens een lijst getoond met DSA-situaties, gecategoriseerd per onderwerp (zoals 'contact met het platform'). Hen werd gevraagd alle situaties aan te klikken die zij hadden meegemaakt. Van alle gebruikers gaf 66% aan wel eens op online platforms situaties te zijn tegengekomen die onder de DSA vallen. De vaakst ervaren situatie was dat de er contact werd gezocht met een online platform, maar dit enkel kon via een geautomatiseerd systeem, zoals een chatbot (35% van de gebruikers). Een vijfde van de gebruikers kon helemaal geen contactgegevens vinden (20%). Bijna een derde van de gebruikers gaf aan het gevoel te hebben door het platform te worden misleid om bepaalde keuzes te maken, bijvoorbeeld door algoritmes die bepalen wat gebruikers zien (29% van de gebruikers). In onderstaande tabel (tabel 3) is weergegeven welke 10 DSA-situaties gebruikers het vaakst tegenkwamen, en bij welke 3 platforms dit het vaakst werd ervaren. Hierbij is per situatie en platform weergegeven welk percentage dit is van het totaal aantal gebruikers. De precieze formulering van de 10 situaties en een uitleg van de DSA verplichting is te lezen in [Bijlage 4](#).

Tabel 3

Top 10 ervaren DSA-situaties en op welke platforms

| NUMMER | SITUATIE | PLATFORM 1 | PLATFORM 2 | PLATFORM 3 |
|--------|--------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|
| 1 | Geautomatiseerd contactpunt 35.4% | Facebook 5.5% | Bol 4.8% | Instagram 2.9% |
| 2 | Misleiding 28.7% | Facebook 11% | Instagram 8.5% | Youtube 3% |
| 3 | Geen contactgegevens 20.1% | Facebook 4.7% | Marktplaats 2.4% | Instagram 2.2% |
| 4 | Ranglijst 18.4% | Facebook 5.1% | Instagram 3.3% | Bol 3.2% |
| 5 | Hoe contact verkoper 17.5% | Facebook 3.1% | Marktplaats 2.2% | Bol 1.3% |
| 6 | Reclame 15.4% | Facebook 5% | Instagram 3.5% | TikTok 1.8% |
| 7 | Aanstootgevend materiaal 15.3% | Instagram 5.5% | Facebook 4.5% | TikTok 1.5% |
| 8 | Geen ruimte motivering 12.9% | Facebook 3.1% | Instagram 3% | TikTok/Youtube 1% |
| 9 | Geblokkeerd zonder reden 8.1% | Instagram 1.7% | Facebook 1.5% | Youtube 0.5% |
| 10 | Klacht afgewezen 8.1% | Facebook 2.8% | Instagram 2% | TikTok 0.6% |

Hierbij is wederom gekeken of er verschillen zijn in opleidingsniveau. Hierin zat weinig verschil in het type problemen dat gebruikers tegenkomen; alle groepen gaven het vaakst aan dat contact met een geautomatiseerd contactpunt (zoals een chatbot) en misleiding het vaakst worden ervaren. Hoogopgeleiden gaven op de derde plek aan dat zij ranglijsten tegenkomen waarbij niet duidelijk is waarop dit is gebaseerd. Midden- en laagopgeleiden gaven op de derde plek aan dat zij geen contactgegevens van een platform konden vinden.

Bij de vergelijking tussen de verschillende leeftijdsgroepen bleek dat contact met alleen een geautomatiseerd contactpunt (zoals een chatbot) en het gevoel misleid te worden bij alle groepen op nummer één en twee stonden. Op nummer drie stond bij de leeftijdsgroep 16 t/m 24 dat zij aanstootgevend materiaal tegenkwamen. In de leeftijdsgroep 25 t/m 34 stond op de derde plaats dat er geen contactgegevens van het platform werden gevonden. In de leeftijdsgroepen van 35 t/m 64 stond op de derde plaats dat er een rangschikking werd getoond, maar dat niet duidelijk was waarop dit was gebaseerd. In de leeftijdsgroep 65 t/m 90 was dit dat er reclame werd getoond, maar dat niet duidelijk was dat het om reclame ging en van wie het afkomstig was. De platforms waar de meeste DSA-situaties werden ervaren zijn Facebook, Instagram en Bol. Dit heeft mede te maken met het feit dat deze platforms in de top 5 meestgebruikte platforms staan in dit onderzoek.

Bij elke DSA situatie waarvan gebruikers aangaven het mee te hebben gemaakt, is doorgevraagd in hoeverre zij hier last van hadden: helemaal geen, weinig, enige, veel of heel veel last. In tabel 4 is te zien bij welke 5 situaties de meeste gebruikers aangaven er veel of heel veel last van te hebben. Hierbij is ook aangegeven hoeveel procent van alle gebruikers van online platforms deze situaties heeft meegemaakt (en dus de last-vraag heeft gekregen). Vier van deze vijf situaties hebben te maken met het blokkeren van accounts of content. Één situatie valt op vanwege het grote aantal gebruikers dat aangaf er veel of heel veel last van te hebben gehad: contact met een geautomatiseerd communicatiesysteem.

Tabel 4
DSA-situaties waar gebruikers het meest last van hebben

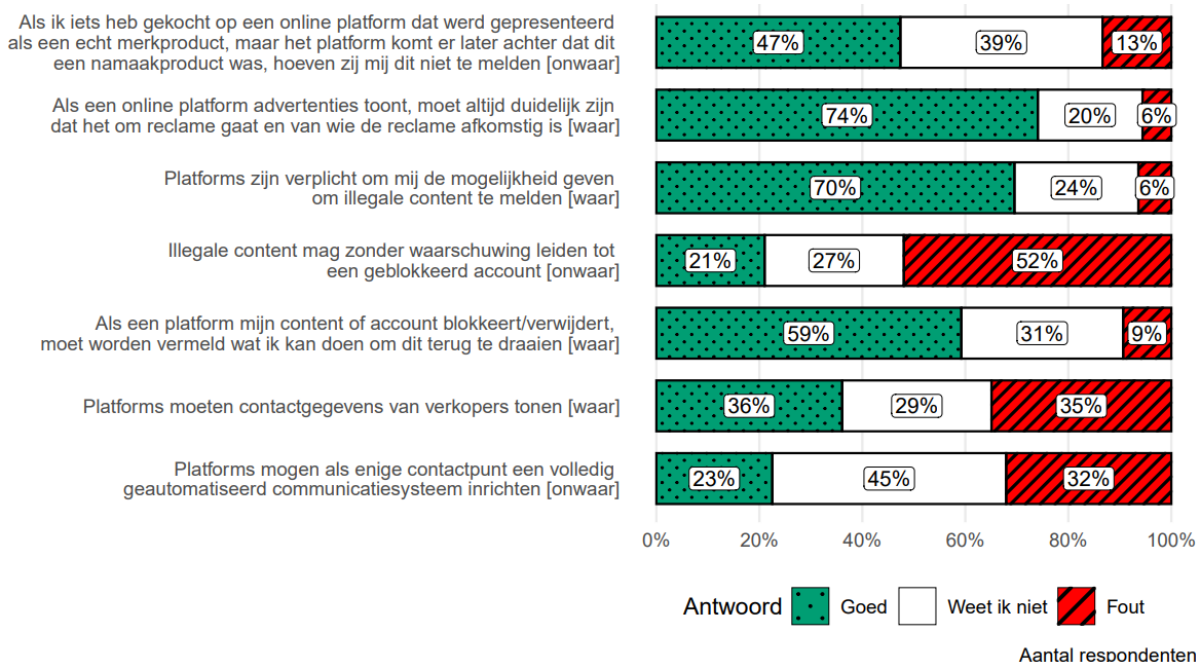
| Probleem | Percentage meegemaakt (van 1816 gebruikers) | Percentage veel of heel veel last van (van gebruikers die situatie hebben meegemaakt) |
|---|---|---|
| Account of content geblokkeerd of verwijderd, maar in de algemene voorwaarden stond niks over wanneer het platform dit doet | 1,9% (35 gebruikers) | 52,9% (18 gebruikers) |
| Account of content geblokkeerd of verwijderd, maar platform bood geen mogelijkheid om tegen besluit in bezwaar te gaan | 4,6% (84 gebruikers) | 50,6% (43 gebruikers) |
| Account geblokkeerd zonder dat ik eerst een waarschuwing kreeg | 6,4% (116 gebruikers) | 46,5% (53 gebruikers) |
| Content of account geblokkeerd/verwijderd, maar platform gaf niet aan waarom | 7,8% (142 gebruikers) | 43,6% (61 gebruikers) |
| Kreeg alleen contact met een geautomatiseerd communicatiesysteem, zoals een chatbot. | 35,3% (643 gebruikers) | 42,7% (266 gebruikers) |

2. Kennis en informatiebehoefte

Gebruikers kregen zeven stellingen te zien over DSA verplichtingen en moesten hierbij aangeven of de stelling 'waar' of 'onwaar' was. Het kennisniveau over DSA verplichtingen bij gebruikers van online platforms bleek erg wisselend. Bij twee stellingen wist het overgrote merendeel het juiste antwoord te geven. Deze gingen erover of altijd duidelijk moet zijn dat content reclame is en van wie afkomstig (74% gaf het juiste antwoord), en dat het altijd mogelijk moet zijn om illegale content te melden (70% gaf het juiste antwoord). Twee stellingen werden het minst vaak correct beantwoord. Deze gingen erover of een platform zonder waarschuwing accounts mag blokkeren (21% gaf het juiste antwoord), en of een platform enkel een geautomatiseerd contactstelsysteem mag hebben (23% gaf het juiste antwoord). Gemiddeld genomen is de kennis over DSA rechten en verplichtingen beter bij jongere gebruikers dan bij oudere gebruikers.

Grafiek 1 geeft de zeven stellingen weer en hoe deze zijn beantwoord. De volledige stellingen en de juiste antwoorden zijn te vinden in [Bijlage 2](#).

kennis over DSA verplichtingen



Aan de gebruikers van online platforms is vervolgens gevraagd in welke mate zij behoefte hebben aan meer informatie over hun rechten online en/of de verplichtingen voor online platforms. Ongeveer de helft gaf aan neutraal te zijn over het krijgen van informatie ('niet veel/niet weinig behoefte, 47%). 26% van de gebruikers heeft *veel* behoefte aan informatie, en 4% van de gebruikers *heel veel* behoefte. 6% van de gebruikers gaf aan *helemaal geen* behoefte te hebben aan informatie en 18% van de gebruikers heeft *weinig* behoefte aan informatie. Er waren geen verschillen in de informatiebehoefte tussen leeftijdsgroepen. De gebruikers die aangaven behoefte te hebben aan informatie (veel of heel veel) en de gebruikers die aangaven 'niet veel/niet weinig' behoefte te hebben, werd gevraagd aan *welke* informatie zij behoefte hebben. Deze gebruikers gaven aan de meeste te behoefte te hebben aan informatie over hun rechten als gebruiker/welke mogelijkheden zij moeten krijgen online (55.2% van de 1383 deelnemers), welke verplichtingen er gelden voor online platforms (47.6% van de 1383 deelnemers), en wat er gebeurt als een gebruiker een melding maakt (46.2% van de 1383 deelnemers). Gebruikers konden meerdere antwoordopties kiezen.

De gebruikers die aangaven geen behoefte te hebben aan informatie over hun rechten online en/of de verplichtingen voor online platforms (433 gebruikers), werd gevraagd waarom zij hier geen behoefte aan hebben. De meest genoemde redenen waren dat gebruikers geen tijd hebben om zich erin te verdiepen (31.7% van de 433 gebruikers), dat zij geen last hebben van DSA-situaties/het idee hebben dat het op hen geen invloed heeft (31.7%) en dat het teveel moeite kost om de informatie tot zich te nemen (23.2%).

5 Conclusie

1. Het merendeel van de gebruikers komt DSA situaties tegen op online platforms. Moeilijk in contact komen met online platforms of verkopers en misleiding om bepaalde keuzes te maken komen het vaakst voor.

Ruim een kwart van de deelnemers (28,7%) geeft aan te denken dat ze online worden misleid. Omdat technieken om online gedrag te beïnvloeden vaak subtiel en moeilijk te herkennen zijn, zegt dit percentage weinig over het werkelijke aantal mensen dat met online misleiding te maken heeft. Het is goed mogelijk dat ook anderen worden beïnvloed zonder dat zij zich daarvan bewust zijn.

Een ander opvallend resultaat is dat meer dan een kwart van de jongere platformgebruikers (16 t/m 24 jaar oud) aangaf wel eens aanstootgevend materiaal tegen te komen. Het is echter nog onduidelijk wat voor aanstootgevende content zij precies tegenkomen. Om een completer beeld te krijgen van (de omvang van) de schade is meer onderzoek nodig.

Een kanttekening bij deze conclusie is dat dit onderzoek is gebaseerd op zelfrapportage (ervaringen die mensen zelf aangeven te hebben meegemaakt). Dit kan bij sommige DSA-situaties leiden tot een vertekend beeld. Zo kan het bijvoorbeeld zijn dat mensen niet de algemene voorwaarden lezen en hierdoor niet weten of de informatie die ze zochten hierin had gestaan, en dat mensen niet doorhebben dat ze online misleid worden om bepaalde keuzes te maken.

2. Gebruikers ervaren als vervelendste situaties het blokkeren van content of accounts zonder reden en handelingsperspectief, en geautomatiseerde contactsystemen.

Opvallend hierbij is dat de geautomatiseerde contactsystemen (zoals chatbots) zowel door veel gebruikers wordt ervaren én dat relatief veel gebruikers die het meemaken er veel of heel veel last van hebben. De overige situaties waar relatief veel gebruikers (erg) veel last van hadden worden niet vaak ervaren, zoals het blokkeren van accounts.

Wel lijkt er verband te zijn tussen de DSA-situaties waar gebruikers de meeste last van ervaren, en de situaties waarover de ACM meldingen ontvangt⁵. De meeste DSA-gerelateerde meldingen gaan namelijk over accountbeperkingen⁶. Er komen relatief weinig meldingen binnen over de situaties die het *vaakst* worden ervaren, zoals chatbots. Het is mogelijk dat gebruikers eerder melden over situaties waar men veel last van heeft, maar het is ook mogelijk dat gebruikers niet goed op de hoogte zijn van veel DSA verplichtingen. Zo wisten maar weinig gebruikers dat het niet is toegestaan is voor een platform om enkel een geautomatiseerde contactmogelijkheid aan te bieden of misleidende algoritmes toe te passen (zie grafiek 1). Het zou hierbij kunnen helpen gebruikers van online platforms op een toegankelijke manier te informeren over hun rechten en hierbij direct handelingsperspectief te bieden (melden bij het platform, melden bij de ACM etc.), hoewel slechts minder dan een derde van de gebruikers aangaf behoefte te hebben aan meer informatie.

3. De platforms waar de meeste gebruikers DSA-situaties tegenkwamen zijn Facebook, Instagram en Bol.

Dit komt mede doordat deze platforms in de top 5 van meestgebruikte platforms staan in dit onderzoek. Op Facebook had 11% van alle gebruikers in het onderzoek (1816) het idee te worden misleid, kon 5,5% van alle deelnemers aan het onderzoek enkel contact krijgen met een geautomatiseerd contactpunt en snapte 5,1% niet waarop de ranglijst gebaseerd was waarin posts of producten werden aanbevolen. Ook gebruikers van Instagram voelden zich vaak misleid (8,5%). Daarnaast kwamen gebruikers hier aanstootgevende content tegen (5,5%) en vonden zij het onduidelijk wanneer een post die hen getoond

⁵ [Uw melding over een online platform of dienst | ACM ConsuWijzer](#)

⁶ Deze meeste meldingen bij de ACM in 2024 gingen over geblokkeerde accounts (ca. 26%), de afhandeling van klachten over illegale inhoud (ca. 16%), het tegenkomen van illegale inhoud (ca. 10%) en de contactmogelijkheden van online platforms (ca. 9%)

werd reclame was of niet (3,5%). Het meest genoemde probleem door gebruikers van Bol is het enkel in contact kunnen komen via een geautomatiseerd contactpunt (4.8%).

4. Het kennisniveau over DSA-verplichtingen bij gebruikers van online platforms is erg wisselend, sommige stellingen worden door veel gebruikers fout beantwoord. Toch hebben weinig gebruikers behoefte aan meer informatie.

Bij sommige verplichtingen wist maar een op de vijf deelnemers correct aan te geven of deze onder de DSA valt. Dit betrof de verplichtingen voor een platform om te moeten waarschuwen voordat zij een account blokkeren, en de verplichting om naast een geautomatiseerd communicatiesysteem (zoals een chatbot) ook een andere contactmogelijkheid aan te bieden. Van andere verplichtingen gaf rond de 70% van de gebruikers terecht aan dat deze gelden voor online platforms. Dit betrof de verplichtingen voor een platform om duidelijk te maken bij advertenties dat het om reclame gaat, en om de mogelijkheid te bieden illegale content te melden. Ondanks het wisselende kennisniveau gaf slechts één op de drie deelnemers aan behoefte te hebben aan meer informatie over DSA-verplichtingen. De onderwerpen waar men meer informatie over zou willen zijn uiteenlopend, zoals de verplichtingen en gevolgen van schending daarvan voor platforms, en de rechten en mogelijkheden tot melden voor gebruikers.

De bevindingen uit dit onderzoek geven een representatief beeld van de DSA-situaties waar gebruikers van online platforms mee te maken krijgen, op welke platforms deze situaties het vaakst voorkomen en hoeveel last gebruikers van verschillende DSA-situaties hebben. Deze informatie kan worden ingezet om communicatie en toezicht te onderbouwen en focus aan te brengen.

6 Bijlagen

6.1 Bijlage 1: vragenlijst DSA consumenten

[Introductietekst]

Beste deelnemer,

Bedankt voor het meedoen aan dit onderzoek! Deze vragenlijst gaat over jouw ervaringen met het gebruik van online platforms. Invullen zal ongeveer 10 minuten duren. Jouw antwoorden en gegevens worden anoniem verwerkt en alleen gebruikt voor dit onderzoek. De vragen zijn meerkeuze: staat jouw antwoord er niet tussen? Vul dan zelf iets in. Je kunt niet terug in de vragenlijst.

Voordat je begint zijn er een paar belangrijke dingen om te weten:

Wat is een online platform?

Hiermee wordt bedoeld: een online plek waar gebruikers zelf content delen, producten/diensten aanbieden, of communiceren met groepen mensen. Voorbeelden hiervan zijn Instagram, Bol en Whatsapp stories.

Wat is (illegale) content?

Content is alle informatie die jij online deelt met anderen. Dit kan tekst, afbeeldingen, video's of geluidsfragmenten zijn. Bijvoorbeeld in reacties, recensies en posts.

Niet alles mag online worden gedeeld. *Illegale content* is bijvoorbeeld haatzaaiende/racistische uitingen, oproepen tot geweld, terrorisme, kinderporno, illegale handel of namaakproducten.

Deel 1: vragen m.b.t. demografie

1. Wat is de laatste opleiding die je hebt afgerond?

- Basisschool
- VMBO
- HAVO
- VWO
- MBO
- HBO
- WO
- Postdoctoraal

2. Wat is je leeftijd?

- <18 jaar
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65-74
- >75 jaar

Deel 2: Gebruik/ervaring online platforms

3. Welk van onderstaande online platforms* gebruik je? [gebruik algemeen]

**een online plek waar gebruikers zelf content delen, producten/diensten aanbieden, of communiceren met groepen mensen.*

[meerkeuze + open veld]

Social media:

Facebook
Instagram
X (Twitter)
TikTok
Snapchat
Whatsapp groepen/stories
Telegram groepen/stories

OnlyFans

Reizen:

Booking.com
AirBNB

Verkopen producten/diensten:

Marktplaats.nl
Amazon
Bol
Funda
AliExpress
Temu
Zalando
Shein
Thuisbezorgd
Uber Eats

Review en beoordelingssites:

TripAdvisor
Trustpilot

Forum- en discussieplatforms:

Reddit
Discord

Streaming-diensten:

Youtube
Spotify

Gaming platforms:

Roblox
Steam
Epic Games
Origin

Anders, namelijk....

Deel 3: Kennis & handelingsperspectief

Volgende vragen per DSA situatie:

4. **Geef bij onderstaande stellingen aan of dit WAAR of ONWAAR is**
DSA situatielijst

Deel 3: Situaties meegemaakt op online platforms

5. **Welk van onderstaande situaties ben je weleens tegengekomen op online platforms?**

[tegenkomen situaties DSA]

Meerkeuze lijstje DSA-situaties. Inclusief 'geen van bovenstaande'

6. **[Per aangegeven situatie]: hoeveel last had je hiervan? [effect]**

Likert-schaal: helemaal geen last – weinig last – enige last – veel last – heel veel last

7. **[Per aangegeven situatie]: Waar kwam je dit tegen? (meerdere antwoorden mogelijk)**

Meerkeuze: Enkel de platforms waarvan die de respondent heeft aangevinkt of ingevuld in open veld dat ze worden gebruikt

Anders, namelijk....

Deel 3: informatiebehoefte

8. In hoeverre heb je behoefte om meer te weten over jouw rechten als gebruiker en/of de verplichtingen voor online platforms?

Likert schaal: helemaal geen – weinig – niet weinig/niet veel – veel – heel veel

9. [doorvraag 10 --> bij 'helemaal geen' of 'weinig'] **Je hebt aangegeven geen of weinig behoefte te hebben aan meer informatie over rechten en plichten bij het gebruik van online platforms. Waarom wil je dit niet?**

- *Ik weet al genoeg*
- *Ik vind het teveel moeite*
- *Ik heb geen tijd om me hierin te verdiepen*
- *Ik vind dit soort informatie moeilijk te begrijpen*
- *Ik heb geen last van situaties op online platforms/het heeft geen invloed op mij*
- *Ik verwacht niet dat er iets met mijn melding gedaan wordt*
- *Ik heb geen interesse in wetgeving*
- *Ik vertrouw dat platforms hun verantwoordelijkheden nemen*
- *Anders, namelijk....*

10. [doorvraag 10 --> bij 'niet veel/niet weinig', 'veel' of 'heel veel']: **Welk van deze opties zou je meer over willen weten? (meerdere antwoorden mogelijk):**

- *Verplichtingen voor online platforms (wat mag wel en niet?)*
- *Mijn rechten als gebruiker (welke mogelijkheden moeten platforms mij bieden?)*
- *Wat ik kan doen als ik iets tegenkom wat in strijd is met de wet*
- *Welke organisaties toezicht houden/ik melding bij kan maken*
- *Wat er met mijn melding gebeurt*
- *De gevolgen voor platforms die zich niet aan de regels houden*
- *Anders, namelijk....*

6.2 Bijlage 2: kennisvragen

Contact met het platform

1. Online platforms mogen als contactpunt een volledig geautomatiseerd communicatiesysteem inrichten (zoals een chatbot). Zij zijn niet verplicht om mensen in te zetten voor het contactpunt. [ONWAAR]
2. Als ik iets koop van een handelaar op een online platform (zoals Marktplaats), is het platform verplicht om de contactgegevens van de verkoper te tonen. [WAAR]

Account of content geblokkeerd/verwijderd

3. Als een platform mijn content of account blokkeert/verwijdert, moet worden vermeld wat ik kan doen om dit terug te draaien. [WAAR]
4. Als ik vermoedelijk illegale content heb gedeeld, zoals racistische opmerkingen, mag mijn account worden geblokkeerd zonder dat het platform mij heeft gewaarschuwd. [ONWAAR]

Klachten & Meldingen bij platforms

5. Platforms zijn verplicht om mij de mogelijkheid geven om illegale content te melden. [WAAR]

Misleiding

6. Als een online platform advertenties toont, moet altijd duidelijk zijn dat het om reclame gaat en van wie de reclame afkomstig is. [WAAR]
7. Als ik iets heb gekocht op een online platform dat werd gepresenteerd als een echt merkproduct, maar het platform komt er later achter dat dit een namaakproduct was, hoeven zij mij dit niet te melden. [ONWAAR]

6.3 Bijlage 3: lijst met DSA-situaties

Contact met het platform

1. Ik wilde contact opnemen met een online platform waar ik producten (ver)kocht, maar kon **geen contactgegevens** vinden.
2. Ik heb contact opgenomen met het online platform, maar kreeg alleen contact met een **geautomatiseerd communicatiesysteem**, zoals een **chatbot**. Niet met een mens.
3. Ik wilde iets kopen op een online platform, maar ik kon niet zien op welke manier ik **contact op kon nemen met de verkoper**.

Account of content geblokkeerd/verwijderd

4. Een platform had mijn account of content geblokkeerd/verwijderd, deze **maatregel was te zwaar** voor wat ik had gedaan.
(Voorbeeld: ik mag geen reacties meer plaatsen, omdat ik een spelfout had gemaakt waardoor het als racistisch werd gezien)
5. Een platform had mijn content of account geblokkeerd/verwijderd, maar **gaf niet aan waarom**.
6. Mijn account is geblokkeerd of content verwijderd, maar er wordt **nergens vermeld wat ik kan doen** om dit terug te draaien.
7. Mijn account of content was geblokkeerd of verwijderd, maar het platform bood online **geen mogelijkheid om tegen het besluit in bezwaar** te gaan.
8. Mijn account of content was geblokkeerd of verwijderd, het platform bood online **wél** mogelijkheid om **tegen het besluit in bezwaar** te gaan. Hier kon ik alleen **niet genoeg informatie in kwijt om mijn bezwaar te onderbouwen**.
9. Mijn account is geblokkeerd zonder dat ik eerst een **waarschuwing** kreeg.
10. Mijn account is (tijdelijk) gedeactiveerd of beperkt omdat ik **teveel meldingen van illegale content** had gedaan, die het platform onterecht vond. Ik heb geen **waarschuwing** ontvangen.
11. Mijn account of content was (deels) **geblokkeerd of verwijderd**, maar in de **algemene voorwaarden** stond niks over wanneer het platform dit doet.
12. **De algemene voorwaarden** over het **blokkeren/verwijderen van accounts en content** bleken te zijn **gewijzigd**, zonder dat mij dat is **gemeld**.

Klachten & Meldingen bij platforms

13. Ik wilde melding maken van **illegale content** bij een platform, maar hier was **geen mogelijkheid** voor. (Voorbeeld illegale content: *kinderporno of verkoop van drugs*)
14. Ik kon wel een melding maken van illegale content, maar **geen goede melding**. Omdat er **niet genoeg ruimte** was om het probleem uit te leggen.
15. Ik heb **melding** gedaan bij een platform over content die in **aanstootgevend** vond (zoals een foto of reactie). Het platform laat mij niet weten **wat ermee gebeurt**.
16. Ik heb een klacht ingediend bij een platform **over illegale content** of iets wat tegen de **algemene voorwaarden** inging. Mijn klacht is afgewezen. Ik ben niet gewezen op de mogelijkheid om een klacht in te dienen bij een **andere organisatie die hierover mag besluiten**.

Misleiding/reclame/aanbevelingen

17. Ik heb het idee dat ik door een platform **word misleid** om bepaalde **keuzes** te maken. Bijvoorbeeld door de **informatie** die ik wel of niet te zien krijg (o.b.v. algoritmes)
18. Ik zie een advertentie op een online platform maar het is voor mij **niet duidelijk dat het om reclame gaat** en van wie de reclame afkomstig is.
19. Ik heb iets gekocht op een online platform dat werd gepresenteerd als een echt merkproduct (zoals een designertas). Dit bleek een **namaak product** te zijn, maar het platform heeft mij dit niet gemeld zodra zij hierachter kwamen.

-
20. Er werden bepaalde **producten aanbevolen/een ranglijst** getoond, maar ik had geen idee waar dit op was **gebaseerd**.

6.4 Bijlage 4: 10 vaakst ervaren DSA-situaties en uitleg DSA verplichting

Stelling voorgelegd aan deelnemers

1. *Ik kon contact opnemen met een online platform, maar alleen met een **geautomatiseerd communicatiesysteem**, zoals een **chatbot**. Niet met een mens.*
2. *Ik heb het idee dat ik door een platform **word misleid** om bepaalde **keuzes** te maken. Bijvoorbeeld door de **informatie** die ik wel of niet te zien krijg (o.b.v. algoritmes)*
3. *Ik wilde contact opnemen met een online platform waar ik producten (ver)kocht, maar kon **geen contactgegevens** vinden.*
4. *Er werden bepaalde **producten aanbevolen/een ranglijst** getoond, maar ik had geen idee waar dit op was **gebaseerd**.*
5. *Ik wilde iets kopen op een online platform, maar ik kon niet zien op welke manier ik **contact op kon nemen met de verkoper**.*
6. *Ik zie een advertentie op een online platform maar het is voor mij **niet duidelijk dat het om reclame gaat** en van wie de reclame afkomstig is.*
7. *Ik heb **melding** gedaan bij een platform over content die in **aanstootgevend** vond (zoals een foto of reactie). Het platform laat mij niet weten **wat ermee gebeurt**.*
8. *Ik kon wel een melding maken van illegale content, maar **geen goede melding**. Omdat er **niet genoeg ruimte** was om het probleem uit te leggen.*
9. *Een platform had mijn content of account geblokkeerd/verwijderd, maar **gaf niet aan waarom**.*
10. *Ik heb een klacht ingediend bij een platform **over illegale content** of iets wat tegen de **algemene voorwaarden** inging. Mijn klacht is afgewezen. Ik ben niet geweest op de mogelijkheid om een klacht in te dienen bij*

Uitleg verplichting DSA

Online platforms mogen niet enkel een geautomatiseerd hulpmiddel hebben als contactpunt, zoals chatbots of AI-telefonisten. Van dit soort middelen mag wel gebruik worden gemaakt, maar dan moet een extra optie worden geboden om elektronisch contact op te nemen met een mens.

Online platforms mogen geen verborgen manieren inzetten om consumenten te misleiden, door bijvoorbeeld algoritmes of andere vormgevingsaspecten van de website. Misleiding houdt in dat consumenten worden beïnvloed om dingen te doen die niet in hun belang zijn.

Online platforms moeten een contactpunt aanbieden waarmee gebruikers rechtstreeks, snel en op een gebruiksvriendelijke manier kunnen communiceren met het platform.

Online platforms moeten duidelijkheid geven over hun mechanisme achter ranking systeem. Bijvoorbeeld dat er door verkopers is betaald om hun producten bovenaan te plaatsen ('gesponsord').

Online platforms moeten contactinformatie van verkopers op een heldere, gemakkelijk toegankelijke en begrijpelijke manier beschikbaar stellen op de online-interface.

Online platforms moeten bij informatie duidelijk op hun online-interface vermelden dat het om een advertentie gaat en van waar/wie deze advertentie afkomstig is.

Online platforms moeten na het ontvangen van de melding van aanstootgevende content, de melder zo snel mogelijk laten weten welk gevolg er wordt gegeven aan de melding/wat er is besloten (of de content offline wordt gehaald of andere maatregelen worden genomen).

Online platforms moeten een meldingsmechanisme aanbieden waarmee gebruikers een melding kunnen schrijven met een onderbouwing; er moet ruimte zijn om aan te het wat het probleem is en waarom dit een probleem is.

Online platforms moeten een duidelijke en specifieke uitleg geven wanneer zij beperkingen opleggen aan gebruikers (zoals bij het verwijderen van content, of schorsing of beëindiging van een account).

Als een online platform een klacht afwijst die ging over illegale content of een onderwerp dat valt onder de algemene voorwaarden van het platform, moet de melder worden gewezen op de optie om ergens anders zijn of haar gelijk te halen (bij een 'buitengerechtelijk geschillenorgaan').

*een andere organisatie die hierover mag
besluiten.*