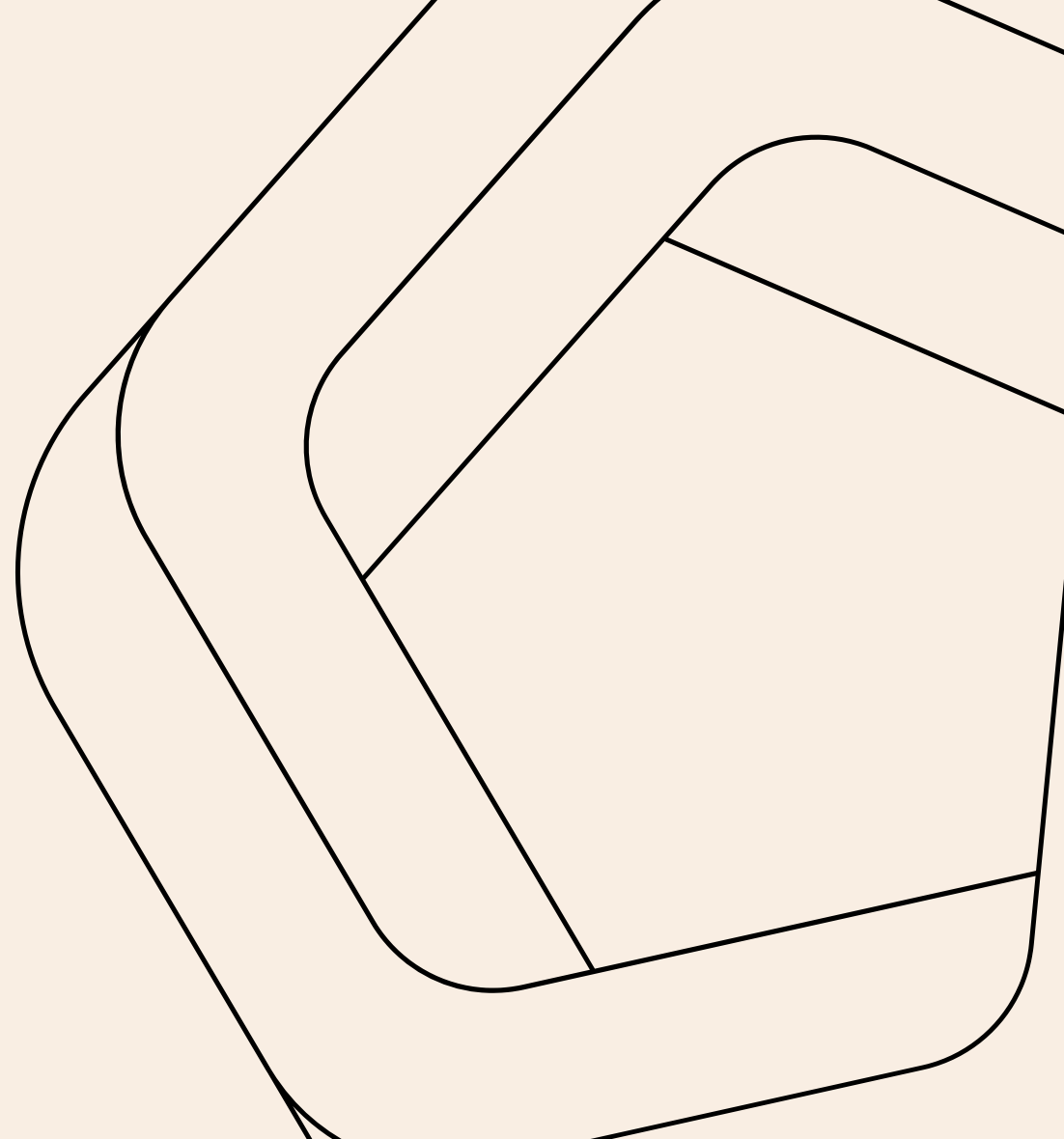


# Gedragsanalyse DSA

Integrale eindrapportage

Mei 2024



# Inhoudsopgave

1. Samenvatting	4
2. Achtergrond en aanleiding	10
3. Resultaten   Online vragenlijst	14
4. Resultaten   Interviews	24
5. Onderzoeksverantwoording	34

# Leeswijzer

## 01

Binnen dit onderzoek is **kwantitatief** en **kwalitatief onderzoek** uitgevoerd. Het kwantitatieve onderzoek is uitgevoerd aan de hand van een online vragenlijst. De uitkomsten van dit onderzoek hebben als input gefungeerd voor het kwalitatieve onderzoek, bestaand uit interviews.

## 02

De **resultaten** van het kwantitatieve- en kwalitatieve-onderzoek worden in aparte hoofdstukken beschreven. In hoofdstuk **1. Samenvatting** worden de resultaten **geïntegreerd gepresenteerd**, waarbij de onderzoeksvragen worden gebruikt als leidraad.

## 03

In het rapport worden **quotes** en **antwoorden van deelnemers** uit het kwalitatieve onderzoek weergegeven in **schuingedrukte blauwe tekst**. Er wordt onderscheid gemaakt tussen *“letterlijke quotes”* en *‘samenvattingen van antwoorden’*.

1

# Samenvatting

# Samenvatting (1/5)

## Inleiding

De Digital Services Act (DSA) is een nieuwe Europese wet. Deze wet stelt regels voor aanbieders van online diensten, zoals internetproviders, hostingdiensten, marktplaatsen en online platforms. Deze regels zorgen voor een veilige, betrouwbare en voorspelbare online omgeving voor burgers en bedrijven. ACM wil meer weten over de ervaringen en verwachtingen van zakelijke gebruikers van dergelijke platforms. In dit onderzoek zijn zakelijke gebruikers van enkele specifieke online aanbieders bevestigd. De online aanbieders vallen in drie hoofdgroepen: intermediairs, data/ hostingdiensten en horeca afzetkanalen (hotel/ restaurant). Zakelijke gebruikers zijn zowel via online vragenlijst (kwantitatief) als in verdiepende gesprekken (kwalitatief) bevestigd.

## Er is weinig kennis over de DSA onder zakelijke gebruikers van online leveranciers

- Er is op dit moment weinig kennis over de DSA onder zakelijke gebruikers. De meeste gebruikers kennen de DSA niet. Zo heeft de helft van de gebruikers nog nooit van de DSA gehoord. Een kwart van de gebruikers kent de wetgeving alleen van naam.

*“De DSA en de Digital Service Act zegt me eigenlijk niets.”*

*“Nee wel eens van gehoord maar kan niet zeggen wat het is.”*

> Gebruikers van data/hostingdiensten zijn vaker met de DSA bekend dan gebruikers van horeca intermediairs of online marktplaatsen.

- Er is onder de zakelijke gebruikers nog veel onbekend over welke regels

en verplichtingen onder de DSA vallen en waar online leveranciers zich aan dienen te houden. Veel gebruikers (een kwart tot een derde per voorgelegde verplichting) gaven aan niet te weten of een voorgelegde verplichting onder de DSA valt. Van de acht verplichtingen die voorgelegd zijn aan de respondenten, waren er slechts vier verplichtingen waarbij meer dan de helft van de gebruikers het correcte antwoord gaf.

- In de interviews met de gebruikers wordt de wetgeving regelmatig met de AVG wetgeving geassocieerd.

*“[De DSA en AVG wetgeving] zijn denk ik aan elkaar gekoppeld.”*

- Uit de interviews blijkt herhaaldelijk dat de DSA voor velen een complex en vaag onderwerp is. Ondanks een (beknopte) uitleg over de DSA en de verplichtingen die hieronder vallen tijdens het interview, vinden veel deelnemers het daarna nog steeds moeilijk om de wetgeving te vertalen naar de eigen situatie en het daarop toe te passen en concreet te maken. Opvallend is dat men (na de uitleg) aangeeft te snappen wat de DSA betekent en inhoudt. Echter blijkt uit antwoorden die door deelnemers gegeven worden anders, en moet er geregeld toch meer uitleg of toelichting gegeven worden door de onderzoeker.

# Samenvatting (2/5)

## De meeste zakelijke gebruikers zeggen nauwelijks problemen te ervaren met online leveranciers.

- Over het algemeen ervaren zakelijke gebruikers van online leveranciers weinig problemen met de dienstverlening. Driekwart van de zakelijke gebruikers geeft aan geen situaties te hebben meegemaakt waarin leveranciers zich niet aan DSA verplichtingen hielden.

*'Ik weet niet wat voor problemen er zouden kunnen zijn met [hostingdienst]'*  
*'[werken met online marktplaats] gaat gewoon goed, nooit problemen gehad'*

- Slechts een klein aantal zakelijke gebruikers heeft wel ervaring met situaties waarin leveranciers zich niet aan nu geldende verplichtingen hielden. De meest voorkomende situaties waren dat er onduidelijkheid was over de volgorde van content in zoekresultaten of er kon geen klacht worden ingediend (beide door minder dan een op de tien gebruikers genoemd).
    - > Ervaringen lijken af te hangen van het type dienstverlener waar men gebruik van maakt. Gebruikers van horeca afzetkanalen hebben relatief meer ervaring met mogelijke overtredingen van de DSA: van hen geeft bijna de helft aan weleens iets te hebben meegemaakt.
- 'Mensen kunnen op [hotel intermediair] beoordeling geven over verblijf, maar de cijfers die wij zien lijken niet terug te komen in het algemene cijfer. Daarvoor contact opgenomen met het platform maar zij konden ons niet helpen.'*
- > Uit de interviews blijkt dat gebruikers van hostingdiensten voor het afnemen van diensten vaak niet afhankelijk zijn van één specifieke aanbieder. De dienstverlening is vaak ook minder intensief: de website

wordt ergens ondergebracht en *'het loopt zolang het loopt'* (vooral bij een informatieve website waar geen directe verkopen aan klanten worden gedaan). In tegenstelling tot horeca intermediairs of online marktplaatsen, waar de verkoper vaak continu met het online platform te maken heeft en direct afhankelijk is van de dienstverlening voor hun bedrijfsvoering.

## Voor een derde van de gebruikers die weleens een 'DSA situatie' heeft meegemaakt was de impact groot.

- Circa een derde van de zakelijke gebruikers die wel eens een probleem met een online leverancier heeft meegemaakt geeft aan dat het functioneren van het bedrijf hierdoor (zeer) werd gehinderd. Eenzelfde aantal gebruikers geeft aan dat dergelijke situaties relatief vaak voorkomen, minstens 1x per kwartaal of vaker.

*'Ervaren veel problemen met [hotel intermediair], kunnen regelmatig niet de benodigde reserveringsgegevens ophalen en dit oplossen kost veel tijd en gedoe.'*

## De meeste gebruikers geven aan geen actie te hebben ondernomen naar aanleiding van een 'DSA situatie'

- Wanneer zich een probleem voordoet, wordt er niet vaak actie ondernomen: circa een derde van de zakelijke gebruikers zegt iets te hebben gedaan naar aanleiding van het probleem en de situatie. Meestal wordt er contact gezocht met de leverancier zelf. Men is zich vaak niet bewust van de rechten die ze hebben en er is vaak geen grote, directe impact van de situatie op het bedrijf en hun werk.

# Samenvatting (3/5)

## Het belang van DSA voor de maatschappij wordt gezien. Echter, voor zichzelf en eigen werkzaamheden minder.

- De wetgeving wordt over het algemeen positief beoordeeld. Zeven op de tien zakelijke gebruikers geven in de vragenlijst aan de DSA (enigszins) belangrijk te vinden. Slechts een op de tien vindt de wetgeving (enigszins) onbelangrijk, De rest vindt het niet belangrijk noch onbelangrijk. Over de verwachte effectiviteit van de wetgeving is men overwegend positief: de helft van de gebruikers verwacht dat de wetgeving (enigszins) effectief zal zijn, een derde antwoordt neutraal.
  - > Men vindt het goed dat consumenten en zakelijke gebruikers van grote online platforms ('*iedereen die gebruik maakt van online diensten*') beter worden beschermd ('*vooral als het het internet veiliger maakt*') en dat online misleiding en het verstrekken van illegale informatie zo wordt tegengegaan. En ook voor bedrijven is het prettig: met '*een heldere set van regels*' weten bedrijven waar ze zich aan moeten houden. Enkele deelnemers zijn negatief: men verwacht dat het moeilijk is om na te leven, waardoor het overmatige wetgeving is en het '*willekeur en censuur*' wordt.

*"Ik zou zelf niet weten waarom anderen de DSA niet/minder belangrijk vinden. Er moet gewoon goede controle zijn."*

*"Theoretisch klinkt het allemaal goed, want wie is er tegen veiliger internet?"*

## Zakelijke gebruikers zijn vooral bezig met 'waar moet ik aan voldoen', in plaats van 'welke rechten geeft de wet mij'

- Men is minder overtuigd van het individuele belang en relevantie: ondanks dat deelnemers over het algemeen aangeven de wetgeving in algemene zin positief te vinden, zien ze er minder relevantie van in voor hun eigen situatie. Interessant is dat men de wetgeving vooral associeert met 'wat moet ik doen/waar moet ik me aan houden', in plaats van 'wat zijn mijn rechten en hoe beschermt dit mij/mijn bedrijf?'. Vanuit die gedachte wordt de wetgeving door de zakelijke gebruikers minder/niet relevant geacht. Daarnaast worden er over het algemeen weinig problemen ervaren, waardoor er minder urgentie is.

*"Wij verkopen geen nepartikelen, doen alles naar eer en geweten. Dus wij hebben hier niet echt mee te maken verder."*

*"Ik verkoop alleen goede producten, dus de impact is voor ons minimaal."*

# Samenvatting (4/5)

## Veel zakelijke gebruikers twifelen of de wetgeving nageleefd zal gaan worden.

- Een kwart van de zakelijke gebruikers denkt dat de wetgeving (enigszins) slecht nageleefd zal worden, circa een derde denkt dat het (enigszins) goed nageleefd zal worden, en de rest is neutraal. In hoeverre een bedrijf zich zal houden aan de verplichtingen hangt volgens de deelnemers af van verschillende factoren.
- In eerste instantie speelt de grootte van het bedrijf een rol. Ideeën hierover zijn wisselend: een deel van de deelnemers denkt dat juist de grote ('gerenommeerde') bedrijven zich eraan gaan houden, vanwege het belang voor hun reputatie en vanwege het makkelijker inrichten van processen en voldoende capaciteit voor het naleven van de regels. Andere deelnemers denken juist dat grote bedrijven zich minder aan de regels zullen houden, vanwege '*macht en geld*'.

*"Denk je nou echt dat een LinkedIn zich wat zal aantrekken van een mail van mij of een Facebook? Die sturen je een AI mailtje terug met een reactie en dan hebben ze voldaan. Ze gaan nooit vertellen waarom je hoog of laag in de zoekresultaten komt"*

- Daarnaast lijkt ook het type dienstverlening aangeboden door een leverancier een rol te spelen. Verschillende zakelijke gebruikers denken dat hostingdiensten DSA regels waarschijnlijk makkelijker kunnen naleven dan platforms zoals Instagram en Facebook, die met veel meer gebruikers en content te maken hebben.

## Volgens veel gebruikers gaat naleven hand in hand met toezichthouden.

- Uit de interviews blijkt dat veel zakelijke gebruikers denken dat platforms de regels alleen zullen naleven wanneer er toezicht op wordt gehouden en er daadwerkelijk sancties op overtredingen staan.

*'Ik weet dat platforms vrij makkelijk hun eigen ding doen maar als ze echt op de vingers getikt gaan worden gaan ze op een gegeven moment wel iets doen.'*

## Toezichthouden via meldingen, maar ook zelf proactief door uitvoeren controles bij online leveranciers.

- Er zijn twijfels over de haalbaarheid van toezichthouden. Deelnemers geven in de interviews aan dat ze verwachten dat toezichthouden met name zal gaan via meldingen die worden opgevolgd. Verschillende deelnemers denken dat er ook proactieve actie nodig is. Denk aan het (steekproefsgewijs) toetsen en controleren van bedrijven.

*'Het lijkt me moeilijk. Op alles toezicht houden lijkt me bijna onmogelijk. Waarschijnlijk gaat het grotendeels via meldingen.'*

- Een derde van de zakelijke gebruikers ziet de ACM als toezichthouder voor de DSA. Een kwart weet niet welke organisatie toezicht gaat houden. 5% denkt dat er geen toezichthouder is.
  - > Uit de interviews blijkt dat de meeste gebruikers de ACM van naam kennen. Minder gebruikers weten (op hoofdlijnen) wat ze doen. Associaties met de ACM zijn over het algemeen positief.

*'Goed dat er een partij is die alles kan beoordelen.'*

# Samenvatting (5/5)

## De informatiebehoefte rondom de DSA is zeer laag.

- Er is weinig behoefte aan informatie over de DSA: slechts 8% van de zakelijke gebruikers geeft aan meer informatie te willen. Wanneer er informatie gegeven wordt, moet deze eenvoudig te snappen zijn, duidelijk maken wat de gevolgen voor de professional zelf zijn, en uitleggen over de praktische invulling (bij wie en waar terecht met klachten).
- > Een mogelijke verklaring voor deze lage informatiebehoefte is het feit dat er weinig (DSA) problemen worden ervaren wat betreft de dienstverlening van online leveranciers. Maar uit de interviews blijkt ook dat men – soms ten onrechte – het belang van de wetgeving en de rechten die het hen biedt niet inziet. Zie ook het punt hieronder.

## Dé ‘zakelijke gebruiker’ bestaat niet. Op maat gemaakte informatie is nodig.

- Uit de interviews blijkt een grote verscheidenheid aan mensen binnen de groep ‘zakelijke gebruikers’; van grote ondernemingen die afhankelijk zijn van een platform voor de verkoop/boekingen, fysieke winkels die een deel van hun verkoop via online marktplaatsen doen, tot aan gebruikers die naast hun ‘normale’ baan een handeltje hebben of een kamer te huur aanbieden. Verschillen tussen deze mensen zien we in hoe ze zichzelf zien en hoe ze over hun gebruik spreken (bijv. ‘ondernemer’, ‘werknemer’, ‘verkoper’, ‘zzp-er’, enz.), van welk type dienst ze gebruikmaken, hoe afhankelijk ze van het platform zijn, en

welke DSA regels en rechten voor hen relevant zijn. Dit heeft gevolgen voor de informatieverstrekking: een juridische medewerker heeft andere informatie nodig (in een andere vorm en toon) dan een hobbyist die zijn/haar producten op een online marktplaats verkoopt. Maar voor alle doelgroepen geldt: het moet duidelijk zijn wat de DSA voor hen betekent, welke rechten ze hebben en waar ze terecht kunnen.

## Behoeft aan de juiste informatie op de juiste plekken en momenten.

- In het huidige tijdperk worden ondernemers overspoeld met informatie. Als gevolg daarvan filteren ze wat relevant lijkt voor hun eigen situatie en negeren de rest. Dit vormt een uitdaging bij het verhogen van het bewustzijn over de Digital Services Act (DSA) onder zakelijke gebruikers. Velen zijn van mening dat deze wetgeving niet relevant is voor hen en zullen daarom informatie hierover negeren.
- Kansen om dit te doorbreken zien we door de juiste, d.w.z. op de gebruiker afgestemde, informatie aan te bieden op de juiste momenten. Dit zijn momenten waarop de informatie relevant is; denk aan het aanbieden van informatie over de rechten voor de gebruiker tijdens het aanmaken van een account, of het doorverwijzen naar de ACM voor meldingen op de contactpagina van het platform.

*“Platforms verplichten na verwijderen of blokkeren iets te communiceren als: ‘Ben je het hier niet mee eens, dan kun je bij de ACM terecht’. Mensen moeten weten dat ACM er is en dat ze hier terecht kunnen.. Niet in een hoekje onderaan. Moet heel duidelijk. ‘pats heel duidelijk vooraan in de tekst’.”*

# Achtergrond en aanleiding

# Inleiding onderzoek

## Context

De Digital Services Act (DSA) is een nieuwe Europese wet. Deze wet stelt regels voor aanbieders van online diensten, zoals internetproviders, hostingdiensten, marktplaatsen en online platforms. Deze regels zorgen voor een veilige, betrouwbare en voorspelbare online omgeving voor burgers en bedrijven.

Per 10 februari 2024 is de Digital Services Act (DSA) geïmplementeerd voor alle online aanbieders. Het toezicht op de online aanbieders is verdeeld over verschillende partijen in verschillende landen. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) verwacht in Nederland benoemd te worden om toezicht te houden op de meeste bepalingen uit de DSA, terwijl de Autoriteit Persoonsgegevens toezicht houdt op een beperkte hoeveelheid bepalingen. Niet alle online aanbieders die in Nederland actief zijn, vallen onder het toezicht van Nederlandse toezichthouders. Veel online aanbieders vallen onder toezichthouders in andere Europese landen.

# Doelstelling en onderzoeksvragen

## Doelstelling

Omdat het een nieuwe wet betreft, met een nieuwe toezichthoudende taak voor ACM, wil ACM meer weten over de behoeften van (zakelijke) gebruikers van online aanbieders in relatie tot het toezicht van ACM. Dit leidt tot de **doelstelling** van dit onderzoek:

- *Inzicht verkrijgen in DSA-gerelateerde problemen waar zakelijke gebruikers tegenaan lopen wanneer zij gebruik maken van intermediaire diensten die onder de DSA vallen. Ten einde ACM in staat te stellen het toezicht effectiever in te richten om de zakelijke gebruikers te beschermen.*

Dit onderzoek richt zich op zakelijke gebruikers van de enkele specifieke leveranciers die relevant zijn voor ACM.

## Onderzoeksvragen

Vanuit het onderzoeksdoel zijn de volgende **onderzoeksvragen** geformuleerd:

- Tegen welke problemen (die onder de DSA vallen) lopen zakelijke gebruikers van 'DSA-partijen' aan?
- Hoeveel kennis hebben zakelijke gebruikers van de DSA?
- Weten zakelijke gebruikers welke rechten ze hebben vanuit de DSA?
- Weten zakelijke gebruikers wat ze kunnen doen als deze rechten geschonden worden?
- Welke verwachtingen leven er bij deze partijen t.a.v. ACM en de DSA?
- Aan wat voor informatie over de DSA hebben zakelijke gebruikers behoefte? En op welke manier kunnen deze partijen het best worden ingelicht?

# Onderzoeksopzet

## Opzet van het onderzoek

Gezien de verkennende aard van de vraag is gekozen voor de volgende stapsgewijze aanpak:

1. In een brede verkenning van het hele panel is verkend in welke mate bedrijven gebruik maken van online aanbieders. Dit is breed uitgevraagd: een uitgebreide lijst van aanbieders is voorgelegd, ongeacht onder welk nationaal toezicht ze vallen.
2. Verian heeft op basis van de briefing van ACM een vragenlijst opgesteld. ACM heeft deze grondig gecontroleerd, ook in samenwerking met experts op het gebied van de DSA.
3. Deze vragenlijst is getest door middel van interviews met zakelijke gebruikers, om te zien of de vragen duidelijk waren, de beschrijvingen van de wet duidelijk waren, en of er bepaalde onderwerpen waren die toegevoegd konden worden.
4. De vragenlijst is uitgezet onder zakelijke gebruikers die gebruik maken van (minimaal) één van online aanbieders die onder toezicht van de ACM vallen.
5. De uitkomsten en inzichten op basis van het kwantitatief onderzoek zijn geanalyseerd door Verian en besproken met ACM. Op basis hiervan zijn onderwerpen bepaald die verder uitgediept kunnen worden.
6. In individuele verdiepende gesprekken met zakelijke gebruikers zijn deze onderwerpen besproken.
7. De resultaten van het hele onderzoek zijn geïntegreerd geanalyseerd en worden beschreven in dit rapport.

Voor het online onderzoek zijn alle zakelijke gebruikers die voldoen aan de kenmerken uitgenodigd. De uitkomsten zijn daarmee niet perse representatief.

3

# Resultaten: Online vragenlijst

# Profiel respondenten

# 45%

## Slechts 1 persoon verantwoordelijk

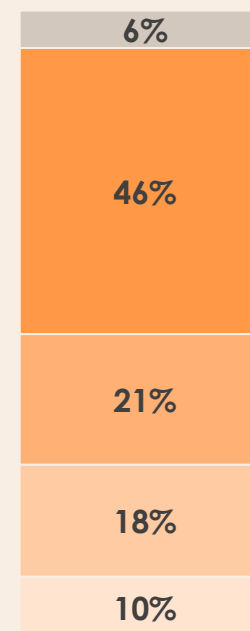
In ongeveer de helft van de bedrijven (45%) is één persoon betrokken bij de keuze voor de online leverancier en de afspraken daarmee. In een derde van de bedrijven (32%) zijn twee personen betrokken, in de rest (22%) zijn er drie of meer personen betrokken.

Online leverancier*	
Intermediairs	49%
Data/Hosting	36%
Horeca afzetkanalen	7%
Hotel afzetkanalen	8%
Social media	0,5%

\* Door afrondingsverschillen tellen percentages niet altijd op

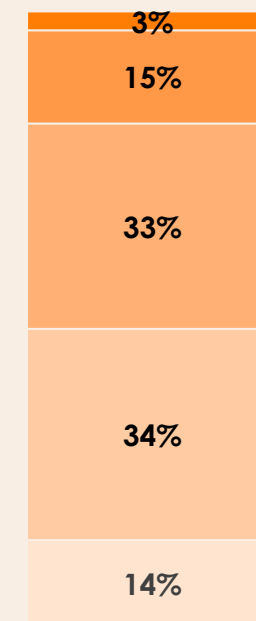
## Duur relatie leverancier

- Weet niet
- 5 jaar of langer
- 3-4 jaar
- 1-2 jaar
- Minder dan 1 jaar



## Belang relatie leverancier

- Cruciaal
- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Niet zo belangrijk
- Onbelangrijk



Q012, Q013 | basis: totaal alle gerapporteerde situaties (meer antwoorden mogelijk) | n=149

# Helft doelgroep had nog niet gehoord van DSA

Data/ hosting zakelijke gebruikers hebben vaker van DSA gehoord

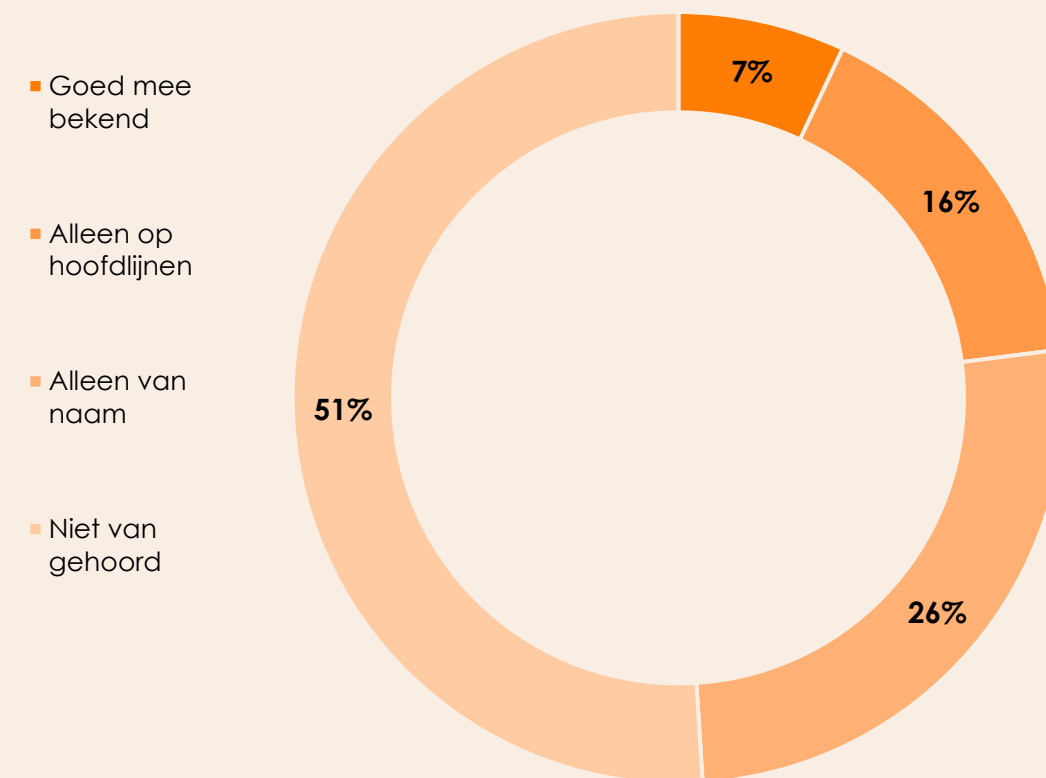
In totaal zegt ongeveer een kwart van de zakelijke gebruikers (23%) bekend te zijn met de DSA, al is het op alleen op hoofdlijnen.

Van zakelijke gebruikers die met data/hostingdiensten te maken hebben, zegt ruim een derde (35%) bekend te zijn met de DSA.

Omschrijvingen die mensen geven vallen vaak in een van de volgende categorieën:

- Bescherming (van rechten van klanten)
- Betrouwbare informatie/ tegengaan desinformatie
- Toezicht
- Administratieve last

Had u voor dit onderzoek wel eens gehoord van de Digital Services Act?



Q006 | basis: alle respondenten | n=611

# Veel onbekendheid over de regels die vallen onder de DSA

Op slechts vier van de acht voorgelegde verplichtingen geeft meer dan de helft van de respondenten het correcte antwoord.

**Geef alstublieft hieronder aan of de DSA regel in de stelling waar of onwaar is.**

Kleurcode gecorrigeerd voor correct/ incorrect antwoord van respondent

■ Correct antwoord    ■ Weet niet    ■ Fout antwoord



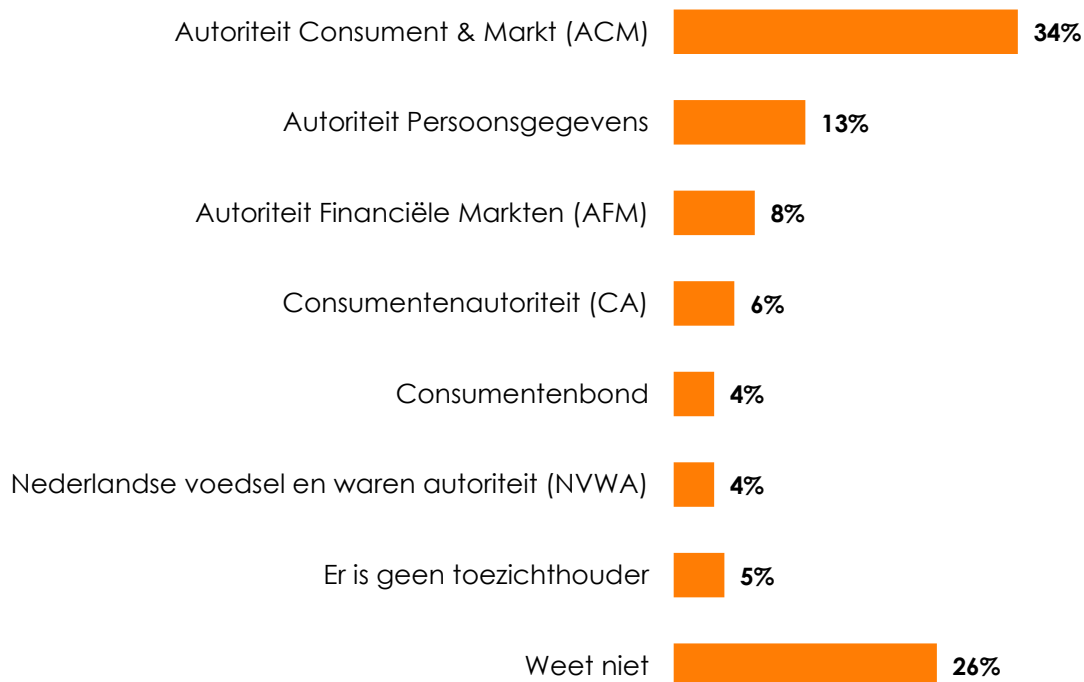
Q008 | Basis: alle respondenten | n=611

# ACM meest genoemd als vermoedelijke toezichthouder

## Een kwart weet niet wie toezicht gaat houden

### Welk van de volgende overheidsorganisaties gaat volgens u in Nederland toezicht houden op de DSA?

Slechts één antwoord mogelijk



Een derde van de zakelijke gebruikers (34%) noemt de ACM als organisatie die volgens hen toezicht gaat houden op de DSA.

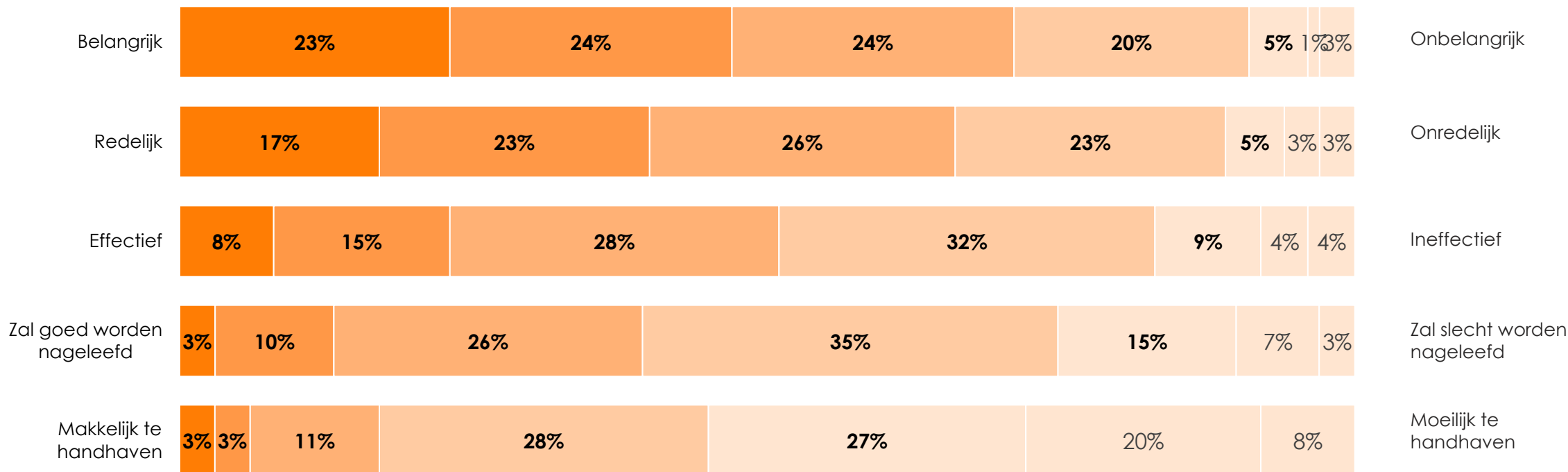
Een kwart (26%) weet niet welke organisatie toezicht gaat houden.

Er is een kleine groep van 5% die denkt dat er geen toezicht zal worden gehouden op de DSA.

# Positieve meningen over doel van DSA

Maar scepsis over de mate en het gemak waarmee DSA zal worden gehandhaafd.

Als u deze beschrijving leest van deze nieuwe regels van de DSA. Kunt u dan uw eerste oordeel over de wet geven.



# Drie kwart zakelijke gebruikers geen ervaring met probleemsituaties

## Onduidelijk aanbevelingssysteem komt nog het meest voor

### Heeft u wel eens een van onderstaande situaties meegemaakt met (leverancier)?

Meer antwoorden mogelijk



Drie kwart (76%) van de zakelijke gebruikers geeft aan geen van de voorgelegde situaties mee te hebben gemaakt. Bedrijven die gebruik maken van online dienstverleners voor horeca afzetkanalen, hebben vaker een situatie meegemaakt. Van hen geeft de helft (52%) aan nooit iets te hebben meegemaakt.

De meest voorkomende situaties zijn dat onduidelijk was waarom de content laag in zoekresultaten naar voren kwamen (9%), en geen mogelijkheid hebben om een klacht in te dienen bij de leverancier (7%).

# Drie op de tien situaties waren (zeer) ernstig voor organisatie

# 29%

Situatie was ernstig

Omdat het aantal gerapporteerde situaties vaak te laag is om over de specifieke situatie iets te zeggen (zie vorige pagina), hebben we alle situaties tezamen geanalyseerd.

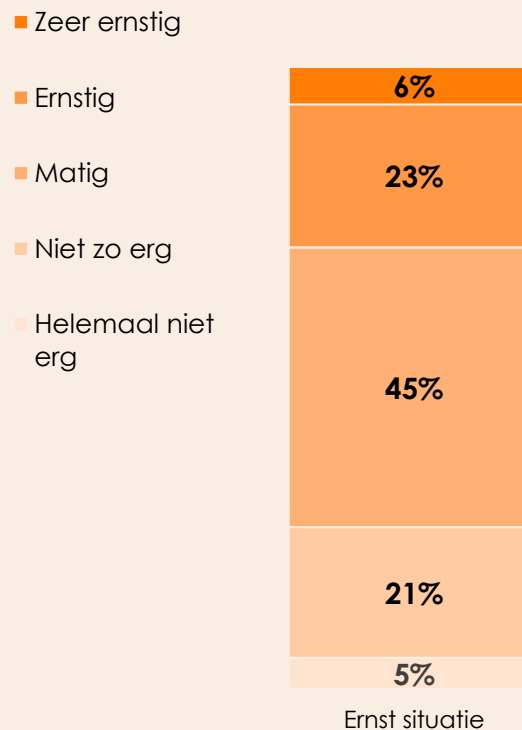
# 28%

Situatie komt minstens 1x per kwartaal voor

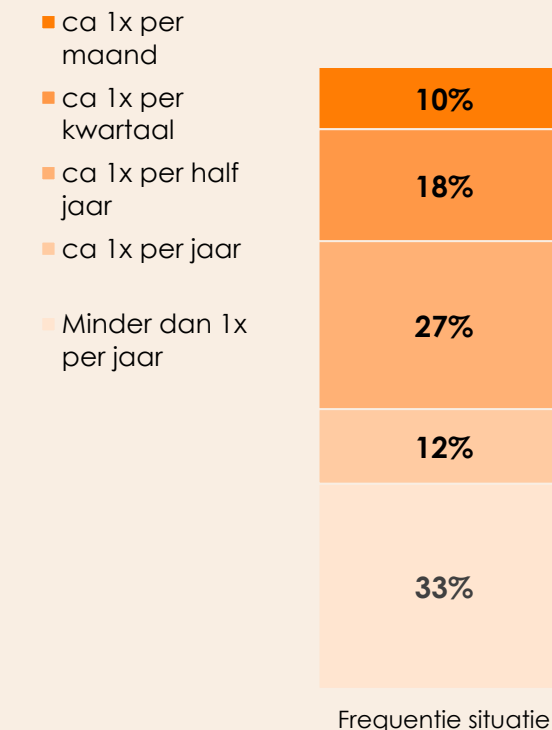
Drie op de tien situaties waren ernstig tot zeer ernstig voor het bedrijf, dat wil zeggen dat het functioneren van het bedrijf (zeer) werd gehinderd.

Voor drie op de tien situaties geven zakelijke gebruikers aan dat dergelijke situaties relatief vaak voorkomen, minstens 1x per kwartaal of vaker.

Hoe ernstig was deze situatie met (leverancier) voor uw bedrijf?



Hoe vaak komt deze situatie met (leverancier) voor?



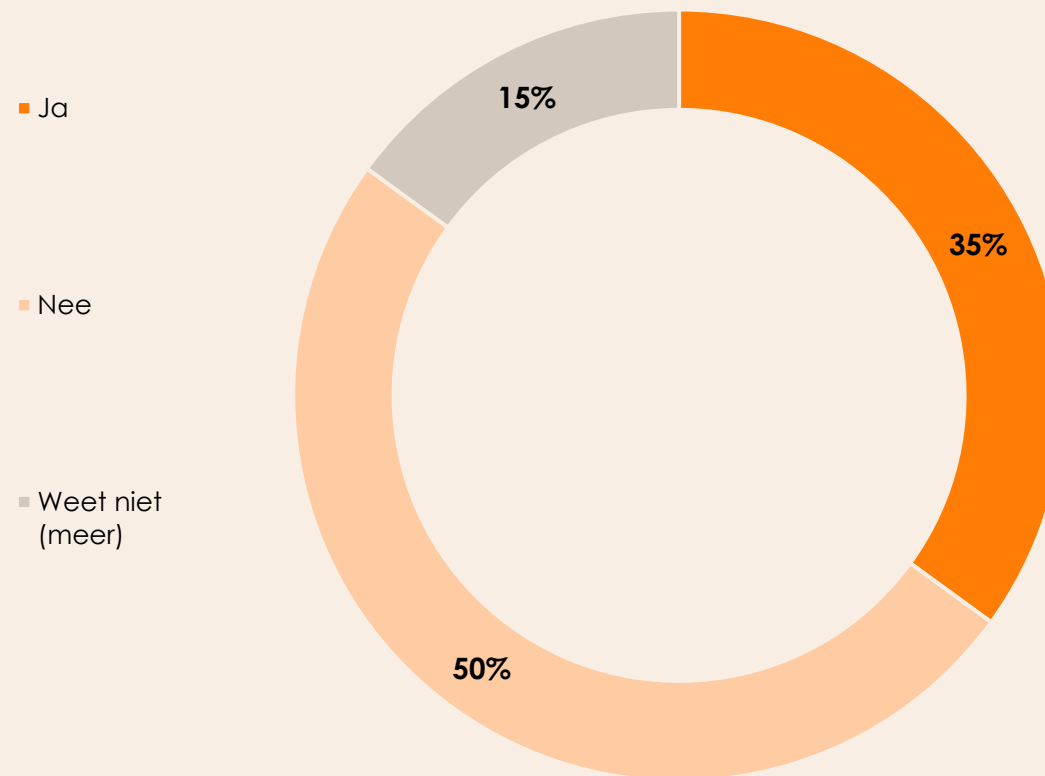
Q012, Q013 | basis: totaal alle gerapporteerde situaties (meer antwoorden mogelijk) | n=149

# Helft zakelijke gebruikers heeft niets gedaan n.a.v. problemen met leverancier

Van de zakelijke gebruikers die te maken hebben gehad met probleemsituaties zegt een derde (35%) iets te hebben gedaan. De helft (50%) heeft niets gedaan n.a.v. de problemen met de leverancier.

De respondenten die zeggen iets te hebben gedaan konden dit toelichten. Meestal geven ze de toelichting dat ze contact te hebben gezocht. Een enkeling geeft een andere reactie (bijv.: een andere aanbieder, of zelf oplossingen zoeken).

Heeft u iets gedaan n.a.v. de problemen met (leverancier)?



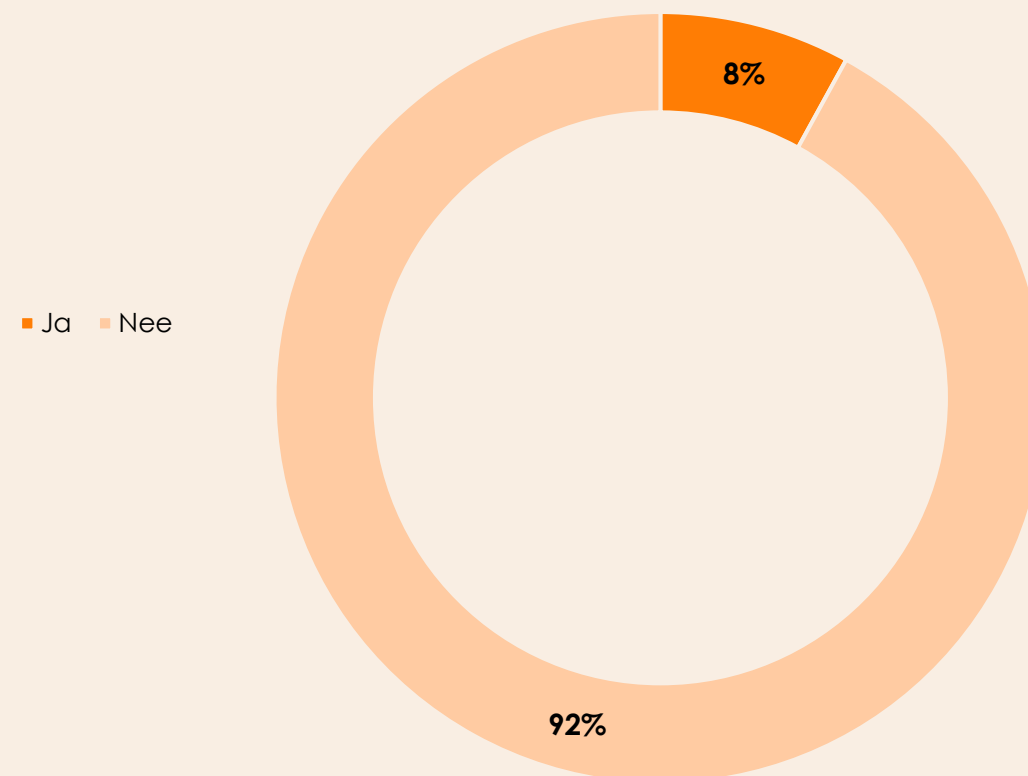
# Weinig zakelijke gebruikers hebben behoefte aan meer informatie

Minder dan een op de tien (8%) zakelijke gebruikers geeft aan behoefte te hebben aan meer informatie over de DSA.

Respondenten konden toelichten aan welke informatie ze behoefte hebben. De antwoorden zijn divers, maar er zijn een paar lijnen te ontdekken:

- Een uitleg in eenvoudige termen
- Uitleg over de gevolgen voor respondent zelf
- De volledige richtlijn
- Uitleg over de praktische invulling (wie handhaaft, waar kun je terecht voor klachten)

## Heeft u behoefte aan meer informatie over de Digital Services Act (DSA)?



Q016 | basis: alle respondenten | n=611

An aerial night photograph of a long, curved bridge spanning across a body of water. The bridge is illuminated with warm yellow lights, creating a glowing path against the dark blue water. The water's surface shows ripples and reflections of the bridge lights. The overall mood is serene and modern.

04

# Resultaten: Interviews

# Ervaring dienstverlening – waar lopen gebruikers tegenaan? (algemeen)

## Welke problemen ervaren zakelijke gebruikers wat betreft het afnemen van online diensten van online leveranciers? (1/2)

- Over het algemeen ervaren de zakelijke gebruikers weinig problemen met de dienstverlening van online leveranciers. Er lijken verschillen te zijn tussen de verschillende type gebruikers, namelijk:
  - Ervaringen met online hotel en horeca platforms zijn wisselend: helft van de deelnemers ervaart geen problemen. Andere helft van de deelnemers benoemt wel problemen. Het kan moeilijk zijn om een accommodatie te uploaden. Een deelnemer werkzaam bij een hotel geeft aan vaak problemen te ondervinden met het ophalen van reserveringsgegevens van gasten die essentieel zijn voor de bedrijfsvoering. Contact opnemen met het platform is dan lastig: het duurt lang voordat contact kan worden verkregen met de juiste medewerker van het platform en er wordt niet altijd een oplossing geboden.

*'Ervaren veel problemen met boekingen via het platform. Wel zo'n twee tot drie keer per week. Als er een boeking binnenkomt kunnen we reserveringsgegevens niet ophalen waardoor we betalingen niet kunnen reserveren en niet kunnen zien of gasten bijv. ontbijt hebben geboekt.'* (vrouw, hotelmedewerker, verhuren kamers via horeca intermediair)

*'Ervaringen zijn goed: ze komen afspraken na. Nooit problemen gehad met bestellingen of betalingen. Lopen eigenlijk nooit ergens tegenaan.'* (vrouw, eigenaar afhaalrestaurant, verkoopt via horeca intermediair)

# Ervaring dienstverlening – waar lopen gebruikers tegenaan? (algemeen)

## Welke problemen ervaren zakelijke gebruikers wat betreft het afnemen van online diensten van online leveranciers? (2/2)

- Over de diensten van hostingproviders is men zeer positief: er worden (op een specifieke situatie na) geen problemen ervaren en bij vragen of aanvragen wordt er gemakkelijk contact opgenomen en een antwoord of oplossing geboden. Vaak gaat dit contact via een ticketsysteem, maar er wordt ook gemaild of gebeld. Hier wordt dan over het algemeen snel op gereageerd.
- Gebruikers van online marktplaatsen zijn over het algemeen tevreden over het gebruik van deze platforms. Er worden een aantal situaties genoemd waar weleens tegenaan wordt gelopen. Een online marktplaats hanteert een kwaliteitssysteem voor de verkoop, wat soms moeilijk werkt voor kleinere ondernemers. Maar, de regels hierover zijn transparant en helder en bij vragen is er over het algemeen gemakkelijk contact op te nemen met een medewerker.

*'Nee eigenlijk niet. Weleens een stroom- of internetstoring, maar niet zo erg want niet afhankelijk van website voor verkoop. Hostingdienst reageert altijd snel.'* (man, ICT-bedrijf, werkt met hostingdiensten)

*"Ik ben al 7 jaar klant en heb eigenlijk nooit problemen gehad. Functioneert zoals ik zou willen."* (vrouw, fotograaf met eigen website)

*"Altijd prima contact, via email of chat. Maar is lang geleden dat ik ze nodig had."* (man, ZZP-er, verkoopt online managementsystemen)

*'Geen DSA gerelateerde problemen. De problemen gaan met name over de grote hoeveelheid retouren die worden ontvangen en de bereikbaarheid [van platform] bij vragen of problemen. Die is zeer slecht. Wat niet zou moeten als je 16% van je omzet aan hen afstaat.'* (man, verkoopt op online marktplaats)

*"Gewoon goed [over online marktplaats]."* (vrouw, eigenaar fysieke winkel en webwinkel, verkoopt via online marktplaats)

# Ervaring dienstverlening – waar lopen gebruikers tegenaan? (DSA)

## Welke ervaringen hebben gebruikers met situaties waarin leverancier niet handelde in lijn met de – nu geldende – DSA?

- Slechts enkele deelnemers hebben weleens een situatie meegemaakt waarin de dienstverlening niet in lijn was met de nu geldende DSA regels.
- Zo geven twee gebruikers van horeca intermediairs aan dat ze platforms niet transparant vinden over het tot stand komen van het algemene beoordelingscijfer van de aanbieder. De gebruikers zelf ervaren dit niet als een probleem.
- Drie deelnemers geven aan weleens geblokkeerd te zijn van een account dat ze zakelijk gebruiken en een deelnemer geeft aan dat een privé advertentie op een online intermdiair zomaar is verwijderd. Slechts een van deze deelnemers heeft naar aanleiding hiervan actie ondernomen, voor haar had dit grote consequenties. Uiteindelijk heeft zij het zelf opgelost, door iets terug aan te passen in haar account. Er was geen contact te krijgen met het platform.
- Een gebruiker van online vacatureplatforms geeft aan geregeld onjuiste informatie in CV's tegen te komen. De deelnemer doet hier verder niets mee en meldt dit niet bij het platform.

*'De beoordelingen van gasten lijken niet terug te komen in algemene beoordeling. Manager toen contact opgenomen met het platform, maar die konden niets betekenen.'*  
(vrouw, hotelmedewerker, verhuren kamers via horeca intermediair)

*'Ik heb eigenlijk weinig zicht op hoe de totaalbeoordeling tot stand komt. Maar hier heb ik tot nu nooit eerder over nagedacht. Zou wel geïnteresseerd zijn in de regels hierachter.'* (vrouw, eigenaar afhaalrestaurant, verkoopt via horeca intermediair)

*'Mijn account op een zoekplatform werd geblokkeerd vanwege veranderen bedrijfsadres na verhuizing. Daardoor was ik niet meer vindbaar in het platform. Wilde contact opnemen met bedrijf maar dit was onmogelijk. Toen adreswijziging maar weer teruggedraaid. Is nu nog steeds zo.'* (vrouw, ZZP-er, hostingdienst)

*'Privé is een keer een advertentie van mij geweigerd op een online marktplaats. Kon niet vinden in voorwaarden wat hiervoor reden was. Een maand later weer geprobeerd en toen lukte het wel.'* (vrouw, eigenaar fysieke en webwinkel, verkoopt via online marktplaatsen)

# DSA – kennis

## In hoeverre weten zakelijke gebruikers af van DSA?

- Het kennisniveau is over het algemeen zeer laag. De meeste deelnemers geven aan er weleens van gehoord te hebben maar niet (meer) te weten waar het over gaat of wat het inhoudt. Slechts enkele deelnemers weten wat de DSA inhoudt, en dan – op een uitzondering na – slechts op hoofdlijnen. Dit zijn over het algemeen deelnemers die vanuit hun werk en functie met de DSA te maken hebben (denk aan een IT-strateeg of een verkoper van IT-systemen).
- Enkele deelnemers associëren de DSA met de AVG: '*zijn ze aan elkaar gekoppeld?*'.
- Gedurende de interviews blijkt geregeld dat de DSA een complex onderwerp is. Verschillende deelnemers geven – na de beknopte uitleg over de DSA tijdens het interview – aan het te snappen. Er moet in veel gesprekken uiteindelijk toch meer uitleg of toelichting gegeven worden door de onderzoeker. Deelnemers lijken het moeilijk te vinden om de regels en wet te vertalen naar de eigen situatie en het daarop toe te passen en concreet te maken. Er lijkt een overschatting van kennis te zijn: veel deelnemers zijn zich niet bewust dat ze niet de juiste, of te weinig kennis over de DSA hebben.

*“Heb er wel iets over gelezen maar weet er niet veel van. Gaat volgens mij over registratie. Want alles gaat tegenwoordig over registratie.” (man, verhuurde kamer via horeca intermediair)*

*“Ja ooit over gelezen. Ene oor in, andere uit. Dacht niet dat ik er als kleine ondernemer mee te maken zou krijgen.” (man, ZZP-er, verkoopt online management systemen)*

*“In details zeker niet. Strengere zaken rondom advertenties en wat je zou moeten kunnen vragen aan partijen om iets van je te bewaren en weg te gooien.” (man, ICT bedrijf, werkt met hostingdiensten)*

*“Ik heb het langs zien komen maar heb me er niet in verdiept. Volgens mij dat je je aan de geldende regelgeving voor producten moet houden. Niet relevant voor producten die ik verkoop.” (vrouw, verkoopt eigen producten via online marktplaats)*

*“Ik weet dat het in Nederland van kracht is gegaan maar weet niet wat het inhoudt.” (vrouw, fotograaf met eigen website)*

# DSA – perceptie belang en relevantie DSA

## In hoeverre zien zakelijke gebruikers belang en relevantie in van de DSA?

- De wetgeving wordt over het algemeen positief beoordeeld: gebruikers vinden het goed dat consumenten en zakelijke gebruikers van grote online platforms beter worden beschermd en dat online misleiding en het verstrekken van illegale informatie zo wordt tegengegaan. En ook voor bedrijven is het prettig: met *'een heldere set van regels'* weten bedrijven waar ze zich aan moeten houden. Enkele deelnemers zijn negatief: men verwacht dat het moeilijk is om na te leven, waardoor het overmatige wetgeving is en het *'willekeur en censuur'* wordt.
- Men is minder overtuigd van het individuele belang en relevantie: ondanks dat op een enkeling na, deelnemers aangeven de wetgeving in algemene zin positief te vinden, zien ze er minder relevantie van in voor hun eigen situatie. Interessant is dat men de wetgeving vooral associeert met 'wat moet ik doen/waar moet ik me aan houden', in plaats van 'wat zijn mijn rechten en hoe beschermt dit mij/mijn bedrijf?'. Vanuit die gedachte wordt de wetgeving voor zakelijke gebruikers minder/niet relevant. Daarnaast worden er over het algemeen weinig problemen ervaren, waardoor er minder urgentie is.

*'Ik denk dat ik en vele andere niet goed kunnen overzien hoe belangrijk en relevant het is. Toen internet begon was het anarchistische bende, en daar hebben we langzamerhand wetten voor moeten bedenken. Net zoals fysieke wetten, behoren nu tot boerenverstand. Op internet en omdat het digitaal is lijkt het anders maar in wezen hetzelfde.'* (man, ICT-bedrijf)

*"Heel belangrijk. Nepbedrijven en gebruikers moeten eruit gehaald worden."* (vrouw, hotelmedewerker, verhuren kamers via horeca intermediair)

*"Soms denk ik dat we verstrikt gaan raken in regels en dingen, waardoor je het niet meer bij kan houden, zonder extra personeel. Zeker als kleine ondernemer."* (vrouw, eigenaar fysieke winkel en webwinkel via hostingdienst)

*"Wij verkopen geen nepartikelen, doen alles naar eer en geweten. Dus wij hebben hier niet echt mee te maken verder."* (vrouw, eigenaar fysieke winkel en webwinkel via hostingdienst)

*"Ik verkoop alleen goede producten, dus de impact is voor ons minimaal."* (man, ondersteunt partner met online webwinkel via hostingdienst)

# DSA – naleven en toezicht DSA

## In hoeverre verwachten gebruikers dat DSA zal worden nageleefd?

- De deelnemers vinden het moeilijk in te schatten of de wetgeving zal worden nageleefd door de online leveranciers. Verwachte naleving hangt volgens veel deelnemers af van het bedrijf en de diensten die worden verleend:
  - In eerste instantie speelt de grootte van het bedrijf een rol. Ideeën hierover zijn wisselend: een deel van de deelnemers denkt dat juist de grote ('gerenommeerde') bedrijven zich eraan gaan houden, vanwege het belang voor hun reputatie en vanwege het makkelijker inrichten van processen en voldoende capaciteit voor het naleven van de regels. Andere deelnemers denken juist dat grote bedrijven zich minder aan de regels zullen houden, vanwege hun '*macht en geld*'.
  - Naleving hangt volgens de deelnemers ook af van type dienstverlening. Hostingdiensten zullen regels waarschijnlijk makkelijker kunnen naleven dan platforms zoals Instagram en Facebook; '*zoveel werk dat het bijna onuitvoerbaar wordt*'.

*'Het is goed dat het er is en dat je als bedrijf of consument met een beroep op de wet je recht kunt halen, alleen heb ik twijfels of het echt uitgevoerd zal worden in de praktijk of dat het een papieren tijger is.'* (man, verkoop importproducten via eigen webshop via hostingdienst)

*"Grote platforms hebben veel macht en veel geld. Vraag me af of zij zich hier wat van gaan aantrekken."* (vrouw, eigenaresse webshops via hostingdienst)

# DSA – naleven en toezicht DSA en rol ACM

## In hoeverre speelt toezichthouden een rol bij het naleven van de DSA? Welke rol zien ze voor de ACM?

- Naleven gaat volgens de meeste deelnemers hand in hand met toezichthouden: veel gebruikers denken dat platforms de regels alleen zullen naleven wanneer er toezicht op wordt gehouden en er daadwerkelijk sancties op overtredingen staan. Verschillende deelnemers denken ook dat bedrijven die echt niet willen naleven, wel onder de wetgeving uitkomen.
- Veel deelnemers vragen zich af in hoeverre toezichthouden haalbaar en uitvoerbaar is. Er zijn veel diensten, gebruikers en producten, en men vraagt zich af of het haalbaar is om hier zicht op te houden.
- Deelnemers zijn over het algemeen neutraal of positief over de ACM als organisatie en als toezichthouder. De meeste deelnemers kennen de ACM van naam en op hoofdlijnen wat ze doen.
- Er wordt verwacht dat het toezichthouden voornamelijk via meldingen bij de toezichthouder zal plaatsvinden. Al denken veel deelnemers dat dit niet genoeg is, en dat de toezichthouder ook proactief moet controleren, met steekproeven en controles. De respondenten noemen geen specifieke bepalingen waar proactief toezicht op moet worden gehouden.

*“Hoe waarschijnlijk het is, hangt af van de ‘pijn’ die met het niet-naleven gepaard gaat.” (man, ICT bedrijf, werkt met hostingdiensten)*

*“Ik weet dat platforms vrij makkelijk hun eigen ding doen maar als ze echt op de vingers getikt gaan worden gaan ze op een gegeven moment wel iets doen.” (vrouw, dropshippen producten via online marktplaats)*

*“Bij de AVG zien we ook dat er vrijwel geen toezicht is door AP. Ze grijpen alleen in als iets heel vaak wordt gemeld.” (man, IT-strateeg, werkt met hostingdiensten)*

*“Op grote lijnen wel, maar het zal lastig worden om alle gevallen te controleren. Denk bijvoorbeeld aan (namaak)producten. Zoveel aanbod, moeilijk om dit allemaal in de gaten te houden.” (man, ontwikkelaar ICT systemen)*

*“Geen idee. Voor degene die dit moet handhaven is dat niet zo eenvoudig.” (vrouw, ZZP-er, verkoopt via online marktplaats via hostingdienst)*

*“Ja, [ACM is] een uitvoerende instantie. Verder niet echt een mening over. hoop dat ze eerlijk en rechtvaardig zijn. Weet niet of ze middelen hebben om hierop [de DSA] toezicht te houden.” (vrouw, verkoopt via online marktplaats)*

# DSA – melden van overtredingen

## Welke verwachtingen en behoeften heeft men rondom het maken van meldingen bij de toezichthouder?

- Deelnemers geven verschillende antwoorden op de vraag of ze zelf een melding zouden maken. Enkele deelnemers geven aan dat ze dit waarschijnlijk niet zouden doen, of dat het afhangt van de overtreding en de gevolgen hiervan. De hoeveelheid tijd die het kost om een melding te maken speelt ook mee. Verschillende deelnemers geven aan eerst contact te willen opnemen met de online leverancier.
- Voorkeur voor de wijze van meldingen maken verschilt tussen deelnemers: verschillende deelnemers geven aan een melding graag via een online formulier of ticket te maken. Daarbij moet dan wel duidelijk zijn welke info nodig is en hoe dit moet worden ingevuld. Andere deelnemers geven aan een melding graag telefonisch te willen maken. Omdat er dan meteen vragen kunnen worden gesteld en toelichting kan worden gevraagd.
- Meerdere deelnemers geven aan het belangrijk te vinden dat er na het maken van een melding een terugkoppeling wordt verstuurd, waarin duidelijk wordt wat er mee wordt gedaan. Men is vaak bang dat een individuele melding *'toch geen zin heeft'*.

*"Als mij echt onrecht aan zou worden gedaan, dan zou ik een melding maken. Ik zou in eerste instantie het bedrijf of persoon zelf aanspreken, en daarna waarschijnlijk naar de politie." (man, ondersteunt partner met webwinkel via hostingdienst)*

*"ACM gaat mij daar niet bij helpen, ook als ik een melding maak. Want er zal wel een reden zijn, ook al vind ik die onrechtmatig. Zou eerder bij een jurist aankloppen. Maar ik zou nooit naar de ACM gaan." (man, verhuurde kamer via horeca intermediair)*

*"Dat [maken van meldingen] weten veel mensen denk ik ook niet. Terwijl ik wel geloof dat met meldingen maken het uiteindelijk beter zal worden opgelost. Want nu wordt het heel vaak niet opgelost." (vrouw, hotelmedewerker, verhuren kamers via horeca intermediair)*

*"Het moet makkelijk zijn. En dat je een bevestiging krijgt dat het in behandeling wordt genomen en dat er actie wordt ondernomen." (vrouw, fotograaf met website via hostingdienst)*

# DSA – informatiebehoefte

## In hoeverre hebben zakelijke gebruikers behoefte aan informatie over de DSA? Via welke kanalen?

- Een klein aantal deelnemers geeft aan behoefte te hebben aan meer informatie over de DSA en over de rechten die deze wetgeving hen geeft. Verder willen enkele deelnemers graag weten waar en hoe meldingen kunnen worden gemaakt.
- Een mogelijke verklaring voor de lage informatiebehoefte van de deelnemers is de overschatting van kennis wat betreft het onderwerp. Over het algemeen denkt men na de (beknopte) uitleg in het interview over de DSA dat ze weten en snappen wat de wetgeving inhoudt. Tijdens de gesprekken blijkt echter dat dit niet altijd terecht is; er moet regelmatig verduidelijking of toelichting worden gegeven door de onderzoekers over de DSA. Met name de rechten voor de zakelijke gebruikers die de DSA biedt worden vaak niet gezien.
- Goede manieren om informatie te verstrekken volgens de deelnemers zijn: online portal of website met een goede zoekfunctie, via de online leveranciers, KvK nieuwsbrief en website, communicatiecampagne en reclames, en lezingen ondernemingsorganisaties. Belangrijk is dat de afzender betrouwbaar is.

*“Is het [informatieverstrekking] wel nodig? De fysieke wetgeving kennen we ook niet precies.” (man, ZZP-er, verkoper digitale managementsystemen, werkt met hostingleveranciers)*

*“Maak er een spotje van, reclame. Het moet heel tastbaar zijn: waar heb je last van, waar loop je tegenaan?” (man, ondersteunt partner met webwinkel via hostingdienst)*

*“Kort en krachtig, niet teveel lappen tekst. Geen zin in en tijd voor... Met buttons keuze maken wie je bent en wat je zoekt.” (vrouw, eigenaar fysieke winkel en webwinkel via hostingdienst)*

*“Ik moet weten waar ik het kan melden en hoe... Moet meer bekendheid aan gegeven worden.” (vrouw, ZZP-er, verkoopt via online marktplaats)*

05

# Onderzoeks- verantwoording

# Onderzoeksverantwoording

## Doelgroep

De doelgroep zijn 'zakelijke gebruikers'. Voor dit onderzoek moeten ze voldoen aan de onderstaande voorwaarden:

- Het bedrijf waarbij ze werken maakt gebruik van (minstens) één van de online aanbieders waar ACM naar verwachting toezicht op zal houden in het kader van de DSA.
- Dit gebruik is voor uitvoering van hun dienstverlening (bijvoorbeeld: zij verkopen hun producten via een online horeca aanbieder. Als medewerkers hun eigen zakenlunches bestellen via een online horeca aanbieder telt dat niet mee).
- De respondent zelf is direct betrokken bij de samenwerking tussen het bedrijf en de online aanbieder. In de vragenlijst is dit als volgt geformuleerd: '(mede)verantwoordelijk voor de samenwerking van uw bedrijf met (een van) onderstaande leveranciers, of heeft u regelmatig contact met hen'.

## Stap 1: brede verkenning

Online onderzoek door Verian via het panel van onze partner Kantar (Nipobase). Ca 20.000 respondenten hebben deze vragenlijst beantwoord. Respondenten die in de doelgroep vielen, konden ook aangeven of zij deel wilden nemen aan de test van de vragenlijst. De vragenlijst duurde ca 2 minuten. Het veldwerk liep van 6 tot 30 november 2023.

## Stap 2: test vragenlijst

Acht respondenten die in de doelgroep vielen zijn in online videogesprekken door de vragenlijst geleid. Hierbij zijn respondenten gekozen uit verschillende categorieën van online aanbieders (hosting, platforms of social media). De gesprekken duurden ca 45 minuten. Het veldwerk liep begin januari 2024.

# Onderzoeksverantwoording

## Stap 3: Online bevraging

Alle respondenten die in de doelgroep vielen zijn uitgenodigd voor deelname met een email naar het online onderzoek.

Uitgenodigd	1.875	100%
Vragenlijst gestart	1.355	72%
Buiten doelgroep	636	34%
Vragenlijst afgebroken	108	6%
Vragenlijst afgerond	611	33%

De vragenlijst duurde maximaal 10 minuten. Veldwerk liep van 5 tot 9 februari 2024. Het veldwerk was daarmee afgerond vóór de brede implementatie van de DSA op 10 februari 2024.

Respondenten konden aangeven of zij deel wilden nemen aan de verdiepende

## Stap 4: verdiepende interviews

Met twintig respondenten die in de doelgroep vielen zijn in online videogesprekken verdiepende interviews gehouden. Hierbij zijn respondenten gekozen uit verschillende interviews.

categorieën van online aanbieders (hosting, platforms of social media). De gesprekken duurden ca 45 minuten. Het veldwerk liep in maart en april 2024.

## Vragenlijsten

De vragenlijsten in dit onderzoek zijn opgesteld door Verian en vervolgens gecontroleerd door ACM, in samenwerking met experts op het gebied van DSA.

Ten tijde van stap 1 (brede verkenning) was de selectievraag voor de doelgroep niet geheel eenduidig geformuleerd. Tijdens stap 1 werd alleen gevraagd of het bedrijf gebruik maakte van de diensten van (één van) de online aanbieders. Daarna is de selectievraag aangescherpt door in de antwoordopties expliciet te benoemen dat het bedrijf de online aanbieder gebruikt voor hun eigen dienstverlening. Bijvoorbeeld: 'Wij verkopen onze producten (deels) via (online aanbieder)' in plaats van alleen de naam van de aanbieder als antwoordoptie.

Omdat de selectievraag niet eenduidig gesteld was, zijn deze resultaten niet opgenomen in dit rapport.

