

Doe de **samenwerkcheck**.



UX-onderzoek Samenwerkcheck

In opdracht voor de ACM

P-5259 | december 2025 | C2

Autoriteit
Consument & Markt



Inleiding

Beste lezer,

Voor u ligt het rapport van het onderzoek rond de informatiebehoefte en werking van de Samenwerkcheck. De Samenwerkcheck is een online tool ontwikkeld door de ACM. Het moet ondernemers snel inzicht bieden in de regels rondom samenwerkingen met concurrerende bedrijven. Bij de ACM is er behoefte aan inzicht in de behoefte, het gebruik en het oordeel van de Samenwerkcheck.

MediaTest heeft online kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Er zijn in totaal 8 UX-interviews van 45 minuten gevoerd. Hierbij is gelet op een goede spreiding naar organisatie grootte, persoonlijke samenwerkingen en branche. De respondenten zijn van hoog niveau, vaak mede-eigenaar van bedrijven en bekend met verschillende soorten samenwerkingen binnen het bedrijf.

We hebben met veel plezier en enthousiasme aan dit onderzoek gewerkt en we vertrouwen erop dat de resultaten de ACM voldoende inzicht biedt om de Samenwerkcheck verder te optimaliseren.

Met vriendelijke groet,

Michiel Rotteveel en Isabel Druijf



Michiel Rotteveel
Directeur onderzoek



Isabel Druijf
Research consultant

Management summary

De ACM is een toezichthouder die onder andere toezicht houdt op de concurrentieregels (mededinging) en voorlichting geeft over de concurrentieregels en welke mogelijkheden er binnen die regels zijn voor bedrijven om samen te werken. Sinds een jaar is hiervoor de online Samenwerkcheck ontwikkeld. De samenwerkcheck is een anoniem hulpmiddel dat ondernemers moet helpen bij het inschatten of een samenwerking tussen bedrijven mag volgens de concurrentieregels.

Om meer inzicht te krijgen in de informatiebehoefte en de werking van de Samenwerkcheck heeft MediaTest kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Hiervoor zijn 8 online UX-interviews uitgevoerd, waarbij deelnemers hun scherm deelden. De doelgroep bestaat uit ondernemers uit verschillende branches die directeur/eigenaar zijn van een bedrijf met 50 tot 250 werknemers. Een groot deel van de deelnemers werkt veel samen. Hierbij is specifiek gevraagd of er wordt gelet op de concurrentieregels rondom deze samenwerking.

De hoofdboodschap van dit onderzoek is: **De Samenwerkcheck is een prima tool voor ondernemers, maar er is behoefte aan meer duiding over het doel en bij de antwoorden die worden gegeven.**

Deze conclusie komt voort uit de volgende drie hoofdlijnen.

1. De Samenwerkcheck is een goed en passend middel om afspraken te toetsen.

- De Samenwerkcheck is een goed middel wanneer men snel wil toetsen of bepaalde afspraken gemaakt mogen worden.
- De navigatie, taalgebruik en vormgeving worden positief beoordeeld.
- De ACM komt snel naar voren als belangrijkste bron wanneer er gezocht wordt naar meer informatie over dit thema. De ACM wordt gezien als een passende en betrouwbare bron.
- De Samenwerkcheck is vooral relevant voor ondernemers die niet zeker weten of bepaalde afspraken zijn toegestaan. Van bepaalde zaken denkt men al zeker te weten dat het mag en dit zal men niet gaan checken via deze tool. Ook samenwerkingen van andere bedrijven zullen hiermee niet snel gecheckt worden.
- Eenmaal op de website kan iedereen de Samenwerkcheck goed vinden. Deze naam is duidelijk wanneer men met de intentie komt om een persoonlijke situatie te checken.

Onderzoek specificaties

- Kwalitatief onderzoek
- Online gesprekken via GoToMeeting
- 8 UX-interviews
- Gesprekken van 45 min
- Doelgroep: ondernemers
 - 50 tot 250 medewerkers
- Vergoeding van €70,-
- Veldwerkperiode 4 t/m 18 december 2025

Management summary

2. Het doel en de verwachtingen worden niet snel duidelijk.

- In de Samenwerkcheck valt de tekst over anonimiteit te veel op. Hierdoor mist men de informatie over het doel van de check.
- De teksten over de uitzonderingen zorgen voor verwarring of worden deels overgeslagen.
- Het doel van de Samenwerkcheck komt niet duidelijk genoeg naar voren in de tekst. Hierdoor zijn de verwachtingen die men krijgt bij het invullen van deze check niet duidelijk.

3. Kleine aanpassingen in de tool kunnen verwarring wegnemen.

- De nadruk op landbouw bij de stap over het type samenwerking een bedrijf aangaat is verwarrend. Ondernemers denken hierdoor dat deze check wellicht niet voor hen bestemd is.
- De antwoordoptie over duurzaamheid in een andere sector dan landbouw wordt niet duidelijk geformuleerd. Men leest over deze optie heen
- Enkele vraagstellingen zijn dubbel of erg lang. Daarnaast worden sommige vragen en antwoordopties al teveel toegespitst naar een bepaalde doelgroep (leveranciers van webwinkels, zzp'ers).
- Vragen rondom afspraken en samenwerkingen die de duurzaamheid bevorderen worden niet verwacht binnen deze check.
- Praktische voorbeelden in de antwoorden worden gewaardeerd.
- Men verwacht meer informatie op de pagina zelf. Het is niet altijd duidelijk waarom een link wordt gebruikt naar een nieuwe pagina in plaats van de uitleg direct te geven.
- Wanneer er verwezen wordt naar een nieuwe informatiepagina raken mensen kwijt waar op de website ze zijn gebleven en welke informatie daar te vinden is.

Aanbevelingen

De belangrijkste overkoepelende aanbeveling voor de Samenwerkcheck is om het doel van de check voor de gebruikers beter te duiden. Zet dit direct bovenaan de Samenwerkcheck.

Daarnaast zijn er verschillende aanpassingen mogelijk die voor snelle verbeteringen zullen zorgen.

- Pas de antwoordopties over landbouw aan. Verander in ieder geval de tekst van de derde optie zodat duidelijk wordt dat deze juist niet voor landbouw is.
- Maak beter duidelijk waarom er nadruk op landbouw en zzp'ers wordt gelegd of overweeg om een doelgroep vraag met verschillende sectoren of branches toe te voegen. Zo voelen verschillende doelgroepen zich sneller aangesproken en kunnen ondernemers binnen de landbouwsector direct de juiste vervolgvragen krijgen.
- Behoud de naam Samenwerkcheck.
- Wees niet bang om het stappenplan uit te breiden wanneer dit zal zorgen voor meer duidelijkheid of concretere antwoorden. Men verwacht dat de vragenlijst veel langer zal zijn. Wanneer men terecht komt op de website van de ACM is men ook bereid om dit in te vullen.
- Start op de startpagina van de check met het doel van de check, maar blijf de anonimiteit benadrukken.
- Overweeg om de uitzonderingen toe te voegen aan het stappenplan, zodat er minder tekst op de beginpagina staat. Zorg er voor dat de twee voorwaarden op één regel worden getoond zodat het duidelijk is dat men aan beide voorwaarden moet voldoen.
- Verwoord de vraagstellingen en antwoorden niet te specifiek voor een bepaalde sector (zoals winkeliers die als voorbeeld worden genoemd bij samenwerkingen met leveranciers).
- Versimpel de vraag over of men afspraken maakt over de verschillende onderwerpen (prijzen, markten verdelen, inkoop etc.) Hier worden meerdere vragen gesteld binnen één antwoordoptie.
- Voeg meer praktische voorbeelden toe in stap 3. De voorbeelden geven een duidelijk beeld van de regels rondom de antwoordopties die zijn ingevuld.
- Voeg meer informatie toe in de antwoorden in plaats van links naar andere pagina's. Geef daarnaast toelichting naar welke pagina wordt verwezen als men meer informatie wil opzoeken over dit onderwerp.

Resultaten

Samenwerkcheck

1. Voor u start

2. Situatie

Samenwerkcheck is goed en passend middel om afspraken te toetsen

De Samenwerkcheck wordt positief beoordeeld als middel om afspraken te toetsen aan de regels. Een tool zoals de Samenwerkcheck vindt men in het algemeen een fijne manier om informatie tot zich te nemen. Men vindt het vooral fijn als er een specifieke persoonlijke situatie gebruikt kan worden, zodat men hiervoor niet zelf de regels hoeft op te zoeken.

Verder heeft men een voorkeur voor een pagina met tekst. Men is goed in staat om snel veel tekst te scannen om te zien welke informatie belangrijk is. Dit is voornamelijk prettig wanneer het gaat om algemene informatie.

De termen die worden gebruikt in de Samenwerkcheck zijn voor de ondernemers begrijpelijk. Ze navigeren makkelijk door de verschillende stappen en kunnen de gestelde vragen redelijk makkelijk beantwoorden. Wanneer er vragen bij vragen in de check valt de informatiebutton voldoende op om hier meer over te lezen.

De motivatie om deze check te doen is hierbij wel een voorwaarde voor de relevantie van deze check. Men komt hier voornamelijk terecht wanneer men meer informatie zoekt over of een afspraak of samenwerking met een ander bedrijf toegestaan is. Ondernemers zijn zich er wel van bewust dat er specifieke regels zijn rondom samenwerkingen waar ze zich aan moeten houden. Vooral in sectoren waar boetes zijn uitgedeeld zijn ondernemers hier extra alert op. Deelnemers zullen niet snel een afspraak van concurrenten checken. Deze optie is nooit spontaan aangevinkt tijdens de interviews.

Veel ondernemers zijn vaak al overtuigd van hun mening of bepaalde afspraken wel of niet toegestaan zijn. Ze zouden hiervoor niet snel de Samenwerkcheck uitvoeren. Wanneer ze dit voor dit onderzoek wel doen krijgen ze hier vaak de antwoorden die ze verwachten.

Wanneer het onderwerp van concurrentieregels in de toekomst ter sprake komt, zouden veel mensen de website van de ACM hiervoor raadplegen. De Samenwerkcheck wordt aanbevolen wanneer iemand vragen heeft over de regels rondom samenwerkingsafspraken. Enkele deelnemers geven aan de website niet nogmaals te zullen raadplegen omdat de informatie op dit moment nog niet genoeg op hen gericht is.

"De teksten zijn duidelijk en hij klikt makkelijk."

"Heel overzichtelijk, met weinig tekst."

"Wel fijn dat je een tool hebt om snel verder te komen. Meteen de relevante informatie eruit halen."

"Ik kom hier pas als ik denk dat ik iets doe wat ik niet mag. En dan lees ik wel."

"Marktverdeling vind ik geen moeilijk woord, dit is een vriendelijke manier om het te vertellen."

"De vormgeving en navigatie is goed. Niet heel flitsend maar passend voor een overheidssite."

Men gaat niet spontaan op zoek, maar de ACM is goed vindbaar

Regels rondom samenwerkingen en concurrentie worden bijna nooit online opgezocht. Veel ondernemers zijn hier in het algemeen al van op de hoogte. De motivatie om nieuwe afspraken te checken is daarom vaak niet aanwezig. Ondernemers geven voornamelijk aan samenwerkingen te hebben met concurrenten of leveranciers.

Men verwacht dat er meerdere professionele instanties zijn waar informatie rondom de samenwerkingsregels te vinden zijn. De ACM wordt hierin niet direct spontaan genoemd. Wanneer men gevraagd wordt hier naar op zoek te gaan worden termen zoals 'samenwerkingen', 'concurrentieregels' en 'mededingingsregels' gebruikt. Wanneer men op zoek gaat naar meer informatie is men beter op de hoogte van de term 'mededingingsregels' of 'kartelverbod' dan 'samenwerkingsregels'. Met de verschillende termen komen ze via Google of ChatGPT uit bij de ACM als belangrijkste bron van informatie.

De ACM wordt als overheidsinstantie gezien als een betrouwbare bron. Niet iedereen verwacht hier informatie te vinden over samenwerkingsregels, omdat de ACM vooral wordt gezien als toezichthouder op grote ondernemingen. Enkele respondenten zien de ACM meer als een handhaver dan een voorlichter. Deze groep verwacht dan ook niet dat de ACM informatie over de regels biedt.

Wanneer men ziet dat de ACM veel informatie aanbiedt over dit onderwerp vindt men dit al logischer. Men begrijpt dat het informeren van ondernemers over de regels ook overtredingen kan voorkomen. In eerste instantie verwacht men veel tekst te vinden over de regels. Dat er ook een tool beschikbaar is, vindt men passend bij de ACM. De manier waarop de Samenwerkcheck nu is ingedeeld heeft nog weinig toegevoegde waarde boven de platte tekst die op de website te vinden is. Veel ondernemers geven aan dat ze denken dat de Samenwerkcheck niet voor hen van toepassing is.

"Passend dat de ACM dit aanbiedt, ligt echt een rol voor de overheid om te helpen, zeker voor het MKB."

"Ik vind het liefst informatie op officiële sites, bijvoorbeeld over inkoopregels. Bij twijfel schakelen we verzekeraars of juristen in."

"Betrouwbare bron de ACM, logische bron voor deze informatie."

"Ze zijn 100% betrouwbaar, want het is overheid. Zij maken de regels."

"Niet heel bekend mee, maar wel een bekende naam. Ze houden vooral op grote bedrijven toezicht."

"Een oordeel vanuit de ACM is mij heel veel waard, ze zijn een autoriteit op dat gebied."

AI wordt steeds meer gebruikt bij het zoeken naar informatie

AI speelt een steeds grotere rol in het zoekgedrag. De ondernemers die wij spreken geven aan dat de bron hierbij een belangrijke factor is. Een aantal mensen gaat op zoek naar concrete antwoorden via ChatGPT. Hier komt veel informatie naar voren die van de website van de ACM afkomstig is. Via Google komen ook veel AI antwoorden in beeld via het Gemini overzicht. Hierin wordt de ACM ook veel gebruikt als bron. De Samenwerkcheck komt hier spontaan naar voren.

Daarnaast gebruiken veel ondernemers Google als standaard zoekmachine. Opvallend is dat de zoekresultaten van de ACM bij veel mensen de aandacht trekken. Vooraf kan een groot deel niet aangeven wie toezichthouder van de samenwerkingsregels is, maar wanneer men op zoek gaat naar regels over samenwerkingen weet een groot deel dat de ACM hierover gaat wanneer deze als bron naar voren komt.

 Autoriteit Consument & Markt | ACM
<https://www.acm.nl> › concurren-en-samenwerken › c...

Concurreren binnen de regels

Concurrentieregels: uw eigen beleid bepalen. De belangrijkste aandachtspunten bij de concurrentieregels gaan over: Prijzen; Markten; Meedoen aan aanbestedingen ...

♦ AI-overzicht

Bij samenwerkingen moeten bedrijven concurrentieregels naleven om kartelvorming (verboden prijs-, markt-, of productieafspraken) te voorkomen, maar samenwerking mag wel als het de concurrentie niet beperkt, bijvoorbeeld voor duurzaamheid, onderzoek, of gezamenlijke inkoop, mits de voordelen voor de consument/maatschappij centraal staan en er voldoende keuzemogelijkheden blijven, waarbij de ACM (Autoriteit Consument & Markt) handvatten biedt zoals de [Samenwerkcheck](#).

"De bronnen komen van de ACM, ik kom via AI overzicht al terecht bij de Samenwerkcheck."

"Bij zoeken is Google het startpunt, maar nu meestal Gemini en dan eventueel een adviseur."

"Ik gebruik AI steeds vaker bij het online zoeken naar informatie."

"Ik zoek gewoon via Google naar regels over samenwerkingen."

Onvoldoende duiding over het doel van de Samenwerkcheck

Het doel van de Samenwerkcheck wordt wel genoemd in de eerste zin in de tekst:

'De Samenwerkcheck is een hulpmiddel van de ACM voor ondernemers die willen inschatten of een samenwerkingsafpraak mag volgens de concurrentieregels. En wat zij kunnen doen als dat misschien niet mag.'

Het is voor ondernemers echter nog niet duidelijk genoeg wat ze kunnen verwachten van de Samenwerkcheck. Hiervoor moet deze tekst aangescherpt worden. Op dit moment verwacht men een uitgebreide vragenlijst waarin ze een specifieke situatie kunnen toetsen. Een concreet antwoord of iets wel of niet is toegestaan is wat men hiervan verwacht.

Enkele ondernemers geven aan dat deze tekst te veel vanuit de ACM is geschreven. Er wordt beschreven dat de ACM een hulpmiddel heeft voor ondernemers, maar je wil juist weten wat jij als ondernemer hebt aan deze tool. Wat voor soort hulpmiddel ze in de volgende stap nu kunnen verwachten is onbekend.

Bepalen en communiceren wat het hoofddoel is

Het doel van de Samenwerkcheck leunt op twee gedachten.

- Een tool die je snel wegwijs maakt op de website en leidt naar de juiste informatie (met een paar kliks bij de goede informatie op de website komen). De antwoorden die nu uit de check komen zijn hier vaak op gefocust. Wanneer dit duidelijker gecommuniceerd wordt komen de linkjes naar nieuwe pagina's veel logischer over.
- Een tool die ondernemers aan de hand van specifieke situaties een op-maat advies geeft. Dit is een wens die veel ondernemers hebben en ook van de tool verwachten. De antwoorden die ze op dit moment krijgen uit de checken komen echter niet overeen met deze verwachting.

"Doel sneeuwt misschien weg onder al het informatie van 'je bent anoniem.'"

"Belangrijkste verbeterpunt is misschien meer inleiden, zodat de verwachtingen duidelijk zijn."

"Ik ben aan het zoeken naar het doel, je moet al bezig zijn om bij de ACM iets te checken. Gevoel wat ik hierbij krijg is niet dat ze mij hierbij verder helpen. Na de check krijg ik nog geen duidelijk antwoord."

"Ik wil wel handvatten van de ACM wat ik wel mag. Ik zie wat ik niet mag."

"Belangrijk om vooraf te weten wat je krijgt bij deze check."

"Je had het over informatie verschaffen als doel. Maar 'maak een melding' komt toch meer als handhaving over."

"Ik snap het doel nog steeds niet. Ik haal het doel er niet uit."

Samenwerkcheck is goed vindbaar als je de regels wil toetsen

Eenmaal op de website van de ACM is de Samenwerkcheck via verschillende routes eenvoudig te vinden voor wie op zoek is naar informatie over samenwerkingsafspraken.

Via de startpagina van de ACM is er direct een overzicht te zien waar 'concurrentie en marktwerking' één van de onderwerpen is. Deze trekt direct de aandacht wanneer er informatie over dit onderwerp gezocht wordt. Voordat men bij de Samenwerkcheck komt moet er nog door twee menu's worden geklikt. Eerst moet er geklikt worden op 'concurreren en samenwerken' waarna men vervolgens nog moet kiezen tussen verschillende opties, onder andere de Samenwerkcheck, over dit onderwerp. Via deze weg weet men wel de Samenwerkcheck te vinden. Maar er wordt wel aangegeven dat ze veel moeten klikken om hier te komen.

Een enkeling gebruikt de zoekfunctie op de website. Hoewel de zoekfilters handig zijn, werkt deze functie nog niet goed genoeg om direct bij de juiste informatie te komen.

Samenwerkcheck is prima naam

Wanneer men opzoek is naar een manier om te toetsen of een samenwerking is toegestaan is de 'Samenwerkcheck' een heldere naam. In het overzichtsmenu wordt deze optie vaak gekozen om meer informatie op te zoeken over je persoonlijke situatie. Wanneer men op zoek is naar meer informatie over de regels in het algemeen klikt men sneller op 'concurreren binnen de regels' dan een 'check'

Concurreren en samenwerken

De ACM houdt toezicht op eerlijke concurrentie en marktwerking. Bekijk de belangrijkste regels voor concurrentie en samenwerking tussen bedrijven. En wat u kunt doen als een ander bedrijf zich niet aan de regels houdt.

Concurreren binnen de regels

Uw bedrijf mag samenwerken met bedrijven in uw sector, leveranciers of afnemers zolang u eerlijk concurreert. Bepaal bijvoorbeeld uw eigen prijzen.

Samenwerkcheck

Check anoniem of een samenwerking met andere bedrijven mag volgens de concurrentieregels. Bij afspraken over duurzaamheid is meer mogelijk.

Concurrentie tussen overheid en markt

Overheden moeten eerlijk concurreren met bedrijven als zij producten en diensten aanbieden op de markt. Voor de overheid gelden 4 gedragsregels.

"Samenwerkcheck is een prima naam."

"Naam hangt af van hoe je binnenkomt. Vanuit positieve gedachte is Samenwerkcheck wel goed."

"De naam Samenwerkcheck is helemaal helder. Samenwerk + check, hier kan ik blijkbaar interactief checken."

"Ik zou op de Samenwerkcheck klikken als ik snel een eigen situatie wil checken."

"Mijn aandacht gaat naar concurreren binnen de regels. Daar komt als tip ook de Samenwerkcheck weer naar boven."

"Er staat best veel informatie op de website, maar ik kan het wel vinden."

Te veel nadruk op anonimiteit wanneer je de tekst snel scant

Wanneer men op de pagina van de Samenwerkcheck klikt krijgt men onderstaande tekst te zien. Meerdere mensen geven aan deze tekst te scannen en niet uitgebreid te lezen. De belangrijkste zaken die hieruit worden gehaald is het feit dat je de check anoniem invult en dat er bepaalde uitzonderingen gelden.

De anonimiteit die direct aan het begin van de tekst wordt benoemd leidt de aandacht af van het doel van de Samenwerkcheck. Juist dit doel is belangrijk om de juiste verwachtingen te scheppen. Dit komt doordat het woord '**anoniem**' dikgedrukt staat. Het dikgedrukte woord 'anoniem' wordt scannend gelezen waarna ze naar de eerste zin van de volgende alinea gaan. Hier wordt benadrukt dat er niet naar namen van organisaties wordt gevraagd in de check. Dit bevestigt het idee dat deze eerste alinea uitsluitend over privacy gaat en verder niet uitgebreid wordt gelezen.

Dat de Samenwerkcheck anoniem ingevuld kan worden is zeer belangrijk volgens de ondernemers. Meerdere ondernemers hebben hier wel hun twijfels bij. Volgens hen wordt online alles bijgehouden wat je doet. Dus of het geheel anoniem kan zijn, daar plaatsen de ondernemers hun vraagtekens bij.

Check afspraken over samenwerking tussen bedrijven

De samenwerkcheck is een **anoniem** hulpmiddel van de ACM voor ondernemers die willen inschatten of een samenwerkingsafpraak mag volgens de concurrentieregels. En wat zij kunnen doen als dat misschien niet mag. Het maakt niet uit hoe u de afspraak maakt, bijvoorbeeld in een overeenkomst, in een gesprek of via een appje.

Wij vragen in deze check niet naar uw naam of namen van bedrijven. Wij slaan uw antwoorden niet op en zien niet waar de antwoorden vandaan komen. U kunt geen rechten ontleen aan deze check.

"Ik ben erg van de diagonaal er doorheen lezen. Hoeveel is het, dat is overzichtelijk hier. Dan kopjes, en dan lezen."

"Eerste alinea sla ik over. Anoniem valt op daarin alleen op."

"Goed dat het anoniem is. Ben wel benieuwd of het echt zo is. Je weet dat alle informatie wel ergens wordt opgeslagen."

"Ik zou de tekst scannen en snel naar volgende klikken."

"Goed dat je dit anoniem kan invullen, maar vraag me af of het toch niet ergens bijgehouden wordt."

Uitzonderingen zorgen vooral voor verwarring

Op de startpagina vallen de tekst 'Geldt deze check voor mij?' en de twee dikgedrukte kopjes met de uitzonderingen voldoende op. De interpretatie van deze uitzonderingen op dit punt in de oriëntatie naar concurrentieregels is echter nog erg lastig.

Ten eerste is het niet geheel duidelijk dat je aan beide voorwaarden moet voldoen om te behoren tot een uitzonderingssituatie, doordat de twee losse regels onder elkaar staan. Dat aan beide regels voldaan moet worden staat wel benoemd in de tekst erboven, maar deze wordt niet altijd even goed gelezen.

Daarnaast neemt niet iedereen de tijd om deze regels uitgebreid door te nemen. Men wil zo snel mogelijk starten met de check. Enkele deelnemers geven aan dat deze vragen in de check zelf meegenomen moeten worden. Op deze manier kunnen ondernemers deze vragen dan ook beantwoorden en zien ze snel genoeg of ze verder kunnen met de check of niet.

De regels gelden niet voor kleine bedrijven in 2 situaties. Zij moeten in beide situaties aan 2 voorwaarden voldoen.

Uitzondering 1: klein aantal bedrijven:

1. Er doen maximaal 8 bedrijven mee aan de afspraak
2. En de totale omzet van die bedrijven samen is maximaal € 5,5 miljoen als de bedrijven vooral producten maken of € 1,1 miljoen in alle andere gevallen, zoals diensten

Uitzondering 2: bedrijven met een klein marktaandeel:

1. Alle bedrijven die meedoen met de afspraak hebben op hun markt samen een marktaandeel van maximaal 10%
2. En de afspraak heeft geen invloed op de handel tussen landen in de Europese Unie

Voor [fusies, overnames en joint ventures](#) en [bedrijven met een economische machtspositie](#) gelden andere regels.

*"Staat er nu wat ingewikkeld.
Misschien handiger in twee boxjes."*

*"Als ik er oprecht mee bezig zou zijn,
zou ik uitzonderingen goed lezen."*

*"Uitzondering benoemen is wel goed,
dan hoef je die molen niet in, maar
kan beter in een vragenlijstje."*

*"Uitzondering niet duidelijk. Niet
duidelijk of het voor mij geldt."*

*"De uitzonderingen vallen wel op als je
de tekst snel scant."*

Nadruk op landbouw sector voelt niet passend en te specifiek

Eenmaal in het stappenplan kunnen de ondernemers goed hun weg vinden door de stappen. Eén punt van verwarring kwam echter in bijna alle gesprekken terug.

Bij de vraag welke soort samenwerking men aangaat met concurrenten wordt drie keer de sector landbouw genoemd. De eerste twee antwoordopties vallen hierdoor direct af voor alle ondernemers uit een andere sector. De derde optie is gefocust op ondernemers die afspraken maken over duurzaamheid **in een andere sector dan landbouw**. Ondernemers scannen de tekst en zien drie keer landbouw staan en slaan deze antwoordopties automatisch alle drie over. Hierdoor komen ze soms niet bij de juiste antwoorden terecht

Daarnaast wekt de focus op de landbouw sector verwarring. Meerdere ondernemers vragen zich af of ze wel tot de juiste doelgroep behoren wanneer ze moeten klikken op 'gaat over een ander onderwerp'. Ze voelen zich niet aangesproken door de antwoordopties die hier worden gegeven. Doordat er in de check al snel heel specifiek wordt ingegaan op bepaalde sectoren voelt deze check niet voor iedereen als de juiste plek voor meer informatie.

Wat is van toepassing op uw samenwerking? *

- ☐ Het gaat over productie en verkoop van landbouwproducten
- ☐ Het draagt bij aan meer duurzaamheid in de landbouw i
- ☐ Het draagt bij aan meer duurzaamheid in een andere sector dan de landbouw i
- ☐ Het gaat over tariefafspraken tussen zzp'ers en opdrachtgevers
- ☐ Het gaat over een ander onderwerp

"Landbouw is een beetje raar, voelt vreemd, want ik zit een compleet andere hoek."

"Er wordt niets specifiek over diensten gevraagd, is dit wel voor mij?"

"De focus op landbouw zet je op het verkeerde been."

"Ik zie landbouw, landbouw, landbouw. Dus nee, ander onderwerp kiezen."

"Ik zie landbouw en zzp en dat is allemaal heel specifiek."

"Landbouw is maar een klein deel van de economie, daar ligt teveel nadruk op."

"Dat het gaat om een andere sector dan landbouw mag er meer uitspringen."

"Onlogisch al die landbouw. Zit ik wel op de juiste pagina? Heel raar."

"Ik zie in mijn scannen alleen landbouw staan."

Verbeterpunten in de vraagstellingen

In de check werden verder nog een aantal aandachtspunten benoemd.

Focus op leveranciers van winkels

Bij de tweede stap moet men een keuze maken of men met concurrenten of leveranciers afspraken wil maken. Verder in het stappenplan wordt de nadruk volledig gelegd op leveranciers van (web)winkels. Hiermee voelt een andere doelgroep, zoals de industrie, zich niet aangesproken. Het lijkt hierdoor of deze regels niet gelden voor de afspraken met leveranciers die andere doelgroepen willen checken.

Net zoals met de specificatie naar ondernemers in de landbouw, wordt de Samenwerkcheck op deze manier heel snel al te specifiek gemaakt. Om een brede doelgroep te kunnen bedienen moeten de antwoord opties algemeen gehouden worden om deze doelgroepen aan te spreken.

Lange vraagstelling

Wanneer men afspraken wil maken met concurrenten krijgt men een lijst met onderwerpen te zien waarbij dit niet mag. De uitleg over deze onderwerpen is duidelijk. Dat men hierover **geen** afspraken mag maken wordt voldoende benadrukt.

De vraagstelling die na deze tekst komt is zeer uitgebreid. Hier staan twee verschillende vragen achter elkaar. Hierdoor wordt de vraag te lang om goed te begrijpen. Enkele deelnemers stellen voor om deze vragen los van elkaar te stellen of de vraag in te korten door te verwijzen naar de tekst en uitleg die erboven al wordt gegeven.

U mag met andere bedrijven meestal geen afspraken maken over 1 van deze onderwerpen:

- **Prijzen**, zoals verkoopprijzen, inkoopprijzen, kortingen of kosten doorberekenen
- **Markten verdelen**: samen bepalen wie welke producten waar aanbiedt en aan wie. Bijvoorbeeld: uw bedrijf levert alleen product A en het andere bedrijf alleen product B. Of: uw bedrijf levert alleen in gebied A en het andere alleen in gebied B
- **Inkoop** bij andere bedrijven: bijvoorbeeld samen afspreken hoeveel u ieder gaat betalen voor de producten of diensten van een ander bedrijf
- **Aanbestedingen**: bijvoorbeeld wie op welke aanbesteding inschrijft of voor welke prijs
- **Productie**: hoeveel producten u maakt of levert, of welke kenmerken de producten hebben
- **Arbeidsvoorwaarden** buiten de cao

Maakt u door de samenwerking met andere bedrijven afspraken over deze onderwerpen? Of wisselt u hierover informatie uit met concurrenten of binnen de brancheorganisatie? Dus informatie over bijvoorbeeld prijzen, producten of investeringen. *

☐ Ja

☐ Nee

Vorige

Volgende

"Ik mis industrie. De tool is helder, maar voelt niet relevant voor industrie."

"Dit is wel heel specifiek. Teveel toegespitst op winkeliers, liever ook maak-industrie casuïstiek."

"Maar het gaat vooral over winkeliers. Het lijkt een soort Retail-tool."

"Dit zoomt al heel erg op iets in, daar verbaas ik me over. Van heel algemeen naar heel specifiek."

"Dit is wel een hele lange vraag. Het gaat gewoon om wat hierboven staat."

"Alles is dikgedrukt en het zijn twee vragen, dat maakt het ingewikkeld."

Ondernemers verwachten geen regels rondom duurzaamheid

De vragen in de check die ingaan op het thema duurzaamheid vinden veel ondernemers onlogisch. Meerdere ondernemers zijn ervan overtuigd dat als zij moeite steken in het verduurzamen van processen, dat dit altijd toegestaan moet zijn. Als het om duurzaamheid gaat, verwacht een deel sowieso geen regels. Er wordt dan ook aangegeven dat ze niet naar de Samenwerkcheck zouden gaan als ze afspraken maken rondom dit onderwerp.

Wanneer ze deze route doorlopen hebben realiseren ze zich niet er inderdaad bepaalde uitzonderingen gelden voor samenwerkingen rondom duurzaamheid. Hiervoor moet men te ver doorklikken om hier een duidelijk beeld van te krijgen.

Daarnaast zijn niet alle vragen rondom dit thema direct duidelijk. Meerdere ondernemers vinden de vraag over (inter)nationale duurzaamheidsregels lastig te beantwoorden. Men moet eigenlijk eerst op de hoogte zijn wat er onder deze regels valt voordat men hier een goed antwoord op kan geven.

Maakt u met andere bedrijven afspraken om samen te voldoen aan (inter)nationale duurzaamheidsregels? *

☐ Ja

☒ Nee

Er wordt een vraag gesteld over de voordelen van de afspraak voor de samenleving. Dit is ook een lastige vraag om te beantwoorden. Wanneer het gaat om duurzaamheid zullen de voordelen snel tegen de nadelen opwegen.

Zijn de (duurzaamheids)voordelen van uw afspraak voor de samenleving groter dan de mogelijke nadelen voor klanten, bijvoorbeeld een hogere prijs of slechtere kwaliteit? *

☐ Ik denk het wel

☐ Ik denk het niet

☐ Ik weet het niet

"Ik zou niet gaan zoeken of dit wel mag. Volgens mij mag duurzaamheid altijd."

"Echt een onzinvraag 'voordelen voor de samenleving'. We moeten gewoon een gezonde case neerleggen waar we in geloven."

"Ga ik nooit checken, want dat moet altijd toegestaan zijn. Ik zou daar geen rem voelen en me ook niet laten weerhouden."

"Waarom? Als het een voordeel heeft voor samenleving, waarom zou daar dan geen toestemming voor zijn?"

Meer toelichting en voorbeelden bij advies gewenst

Wanneer men zich aan de regels houdt zijn de antwoorden die je uit de check krijgt concreet en duidelijk. Wanneer er afspraken worden gemaakt die wellicht niet mogen zijn de antwoorden iets abstracter.

In de antwoorden wordt vaak benoemd dat iets 'waarschijnlijk' wel of niet mag. Hier storen de ondernemers zich niet aan. Ze begrijpen dat deze check vooral een leidraad is en dat voor bindende adviezen ze bij een juridisch adviseur moeten zijn. Veel ondernemers vinden het dan ook begrijpelijk dat de ACM hier weinig verdere hulp in biedt en verwijst naar een juridisch adviseur voor meer informatie.

Voorbeelden worden gewaardeerd

In beide gevallen (wel of niet toegestaan) wordt het gewaardeerd wanneer er met een voorbeeld wordt uitgelegd wat er wel of niet toegestaan is. Een praktisch voorbeeld geeft mensen snel een beter idee over waar de regels precies over gaan. Dit wordt nu nog weinig gedaan.

Doorklikken naar meer informatie

Waar frustratie bij ontstaat is de hoeveelheid informatie die wordt gegeven in de antwoorden. Dit heeft alles te maken met het communiceren van de verwachtingen vooraf. Veel ondernemers geven aan dat ze liever meer vragen invullen in het stappenplan om een concreter antwoord te krijgen dat bij hun situatie past. Dit verwachten ze omdat ze denken dat deze tool er is om advies te geven of een specifieke samenwerking wel of niet mag.

Ten eerste zijn de antwoorden die ze krijgen nu erg kort. Er wordt veel gebruik gemaakt van verwijzingen naar andere pagina's met meer informatie. Bij meerdere antwoorden wordt je bijvoorbeeld verwezen naar de vier voorwaarden in plaats van deze direct te noemen. Daarnaast wordt niet toegelicht naar welke pagina ze worden verwezen en wat ze hier kunnen vinden. Tenslotte krijgt men soms een verwijzing naar een heel nieuw stappenplan. Hierdoor lijken de stappen die men heeft doorlopen in de Samenwerkcheck verloren energie.

"Vraag is wel: op welke pagina kom ik nu terecht?"

"Resultaat is duidelijk, dit zou voor mij afdoende zijn (waarschijnlijk)."

"Knap hoe je in een casus komt om het uit te leggen."

"Meer vragen verwachten bij een check. 'Wil je er iets aan hebben moet je er ook input voor leveren.'"

"Linkjes naar meer informatie wel handig. Ik zou het toch nog checken in wandelgangen en bij serieuze samenwerking altijd een jurist."

"Ik zou in het antwoord de info terug laten komen en dat je dan doorklikt naar de uitgebreide teksten."

"Wat ik nu vreemd vind is dat ik hier de 4 voorwaarde niet te zien krijg."

"Ik verwacht veel meer hierna. Ik verwacht hier een antwoord. Maar dit antwoord is het niet."

"Had meer vragen verwacht. Dit is echt heel hoog over."

Verantwoording

UX-onderzoek Samenwerkcheck	
Documentennummer	R-5259 – C2
Betrokken ACM	Eline de Jong Judith Eldering
Betrokken MediaTest	Michiel Rotteveel Isabel Drujf

© 2026, BTC MediaTest BV

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevens-bestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MediaTest BV.



BTC MediaTest BV
Naritaweg 127-137
Postbus 16900
1001 RK Amsterdam



020 410 00 00



www.mediatest.nl

KvK 11041988
IBAN NL87 RABO 0120.2897.41



Technische verantwoording



Ga naar acm.nl/samenwerkcheck

Doel en methode

- De ACM wil graag inzicht in hoe de Samenwerkcheck wordt gebruikt en beoordeeld. Om dit inzicht te verkrijgen hierin, heeft MediaTest kwalitatief onderzoek uitgevoerd.
- De topic guide voor de gesprekken is opgesteld door MediaTest en in nauw overleg met de ACM definitief gemaakt.
- Er zijn 8 online UX-interviews gehouden van 45 minuten met directeuren en eigenaren. Hierbij is gelet op spreiding naar branche, bekendheid met samenwerkingen en grootte van de organisatie (50-250 fte).
- Bij de werving is uitgevraagd of ondernemers op dit moment samenwerkingen hebben. Aan het begin van de interviews is gevraagd of ze zelf samenwerkingen hebben en of ze hierbij denken aan bepaalde regels rondom deze samenwerkingen.
- MediaTest heeft een bestand aangekocht met een groot aantal ondernemers. MediaTest heeft hieruit 8 respondenten geworven die precies binnen de doelgroep passen. De deelnemers zijn ondernemers met een hoge functie binnen het bedrijf en die vaak bekend waren met samenwerkingen met andere bedrijven.
- Alle gesprekken vonden online plaats via de tool GoToMeeting. Tijdens de gesprekken konden de moderator en de respondenten elkaar zien en horen. De deelnemers deelde tijdens het gesprek hun scherm. Meekijkers konden de gesprekken volgen en met de gespreksleider chatten, terwijl zij hun eigen microfoon en camera uit hadden staan.
- Tijdens de gesprekken is expliciet benadrukt dat de deelnemers hun identiteit en organisatie anoniem kunnen houden.
- De sessies zijn gehouden tussen 4 en 18 december.
- Van de sessies zijn opnames gemaakt voor intern gebruik.

Onderzoek specificaties

- Kwalitatief onderzoek
- Online gesprekken via GoToMeeting
- 8 UX-interviews
- Gesprekken van 45 min
- Doelgroep: ondernemers
 - 50 tot 250 medewerkers
- Vergoeding van €70,-
- Veldwerkperiode 4 t/m 18 december 2025