



Consumentenautoriteit en EU dwingen sociale media tot censuur met het oog op de verkiezingen

Posted on 2 september 2025 by Lode Goukens

De Autoriteit Consument en Markt (ACM) nodigt een twaalfstal sociale mediabedrijven als Facebook, Snap, X en TikTok, uit voor een vergadering op 15 september aanstaande. Daar zal de ACM – die eigenlijk tot taak heeft om eerlijke concurrentie en consumentenbescherming in Nederland te waarborgen – die bedrijven spelregels opleggen in aanloop naar de Nederlandse verkiezingen van 29 oktober. De sociale mediabedrijven moeten berichten van gebruikers in het oog gaan houden en ‘illegale haatzaaiende content, malafide buitenlandse inmenging en desinformatie rondom de verkiezingen’ tegengaan. Die verplichting zou voortvloeien uit de Digital Services Act (DSA) van de Europese Commissie.

Uit het [persbericht](#) van de ACM van 13 augustus blijkt dat bij het rondetafelgesprek met de 12 grote online platformbedrijven ook vertegenwoordigers van de Europese Commissie, van andere betrokken toezichthouders en van NGO's aanwezig zullen zijn. Dat een overheidsdienst op een dergelijke manier druk uitoefent op bedrijven

is ongekend. Zeker in aanloop naar algemene verkiezingen. Het werd tenminste nooit zo openlijk gedaan.

De platformbedrijven

Om welke platformbedrijven het gaat, is niet helemaal duidelijk. ACM noemt alleen de namen van Snap, X, Facebook en TikTok. Via een omweg valt de lijst toch te achterhalen. Op de site van de Europese Commissie staat sinds 25 juli 2025 een volledige lijst van dergelijke platformbedrijven. Het gaat om AliExpress, Amazon, Apple, Pornhub, Booking.com, Google (met Youtube), Shein, LinkedIn, Meta (met Facebook, Instagram en Whatsapp), Microsoft, XNXX, Pinterest, Snap, Stripchat, TikTok, X, Temu, XVideos, Wikipedia en Zalando.

Het bedrijf achter de sexcamsite Stripchat vond dat ze ten onrechte op die lijst was gezet en tekende in februari 2024 protest aan bij het Hof van Justitie van de EU in Luxemburg. In die zaak kwam geen uitspraak, maar de Europese Commissie schreef afgelopen mei in een persbericht dat na informatie over het aantal gebruikers door de Cypriotische mediawaakhond het bedrijf van de lijst zou gehaald worden. Niettemin staat het er in de laatste bijwerking van 31 juli nog steeds op.

Het is opmerkelijk dat op de bewuste vergadering in september nog andere groeperingen aanwezig zullen zijn. Als de overheid of een consumentenwaakhond bedrijven wil informeren waarom brengt ze dan anderen mee? Het gaat om afvaardigingen van verschillende EU-instanties en van NGO's. Vooral de aanwezigheid van die laatste is merkwaardig. Volgens ACM gaat het om het 'middenveld', maar zegt verder niet om welke NGO's het gaat.

We kunnen er echter van uitgaan dat op die vergadering ook Europese bureaucraten en activisten aanwezig zullen zijn. Blijkbaar vindt niemand het problematisch dat een autoriteit van de Nederlandse overheid bedrijven sommeert om, met het oog op de verkiezingen, de uitingen van hun klanten te gaan monitoren en eventueel censureren. Dat de overheid daarbij hulp krijgt van twee groepen die de publieke opinie en de conversaties op online-platformen blijkbaar naar hun hand willen zetten, wordt vanzelfsprekend geacht.

De digitale dienstenverordening (DSA)

Dit initiatief van de ACM komt niet uit de lucht vallen. Het is het gevolg van de nieuwe online-censuurwet van de Europese Unie die vervat zit in de Digital Services Act (DSA) of de digitale dienstenverordening. Die EU-wet geeft overheden de macht om inhoud ('content' in het jargon) te laten verwijderen. Het enige wat nodig is, blijkt een beslissing van een ambtenaar dat iets 'schadelijk' of 'illegaal' zou zijn. Die ambtenaar is iemand bij de ACM.

Opvallend is dat niet politie of justitie, maar de regulator qua consumentenzaken door de EU is aangesteld om DSA in te voeren in Nederland. Of, beter gezegd, te handhaven wat in het EU-jargon 'policing' heet. In Nederland is consumentenwaakhond ACM aangesteld om DSA op te leggen en te handhaven. De eerste keer dat de EU dit in praktijk brengt, is rond de Tweede Kamerverkiezingen en heeft dus betrekking op het Nederlandse parlement en de volgende Nederlandse regering.

'Big Tech' aanpakken

Die Digital Services Act (DSA) werd in juli 2022 goedgekeurd door het Europees Parlement met 539 stemmen voor, 54 tegen en 30 onthoudingen. 25 van de 29 Nederlandse europarlementariërs stemden. Alleen Michiel Hoogeveen (JA21), Dorien Rookmaker (Onafhankelijk), Marcel de Graaff (FvD) en Rob Rooken (JA21) stemden tegen. De rest stemde voor of kwam niet opdagen voor de stemming.

Dat enthousiasme in het Europees Parlement was vooral te danken aan de belofte om 'Big Tech' aan te pakken. Met name X, Meta enzovoort. De zogenaamde *Very Large Online Platforms* of grote platformbedrijven. Vooral Amerikaanse bedrijven die soms onder de noemer GAFAM (een acroniem voor Google, Apple, Facebook, Amazon en Microsoft) in vooral de Franse media gedemoniseerd worden.

Niet vrijblijvend

Volgens de directeur van ACM, Manon Leijten, moeten die Very Large Online Platforms (VLOPs) stappen ondernemen om 'efficiënt illegale inhoud' te bestrijden en moeten ze bovendien 'transparant en doeltreffend tewerk gaan'. Dat is bureaucratisch jargon om te zeggen dat online-discussies over gevoelige verkiezingsthema's – zoals migratie, islam, de oorlogen in Oekraïne en Gaza, en

uiteraard de rol van de Europese Unie – het risico lopen om onder dwang door ACM en EU gezuiverd te worden.

Het wordt geen vrijblijvende vergadering. Afgelopen juli contacteerde ACM de twaalf platformbedrijven om van hen te weten te komen hoe ze de verkiezingscampagne gaan aanpakken. Zogezegd om de integriteit van de verkiezingen te verzekeren. De sociale mediabedrijven moeten een strategie en een reeks maatregelen voorstellen aan ACM. Als ze dit niet doen, riskeren ze fikse boetes. Net als wanneer ze zouden weigeren om de berichten van gebruikers te monitoren en te censureren tijdens de verkiezingscampagne.

Op 15 september volgt de vergadering om te onderzoeken hoe die sociale mediabedrijven of platformbedrijven dit doel van de Europese Unie en de Nederlandse autoriteiten willen nastreven. Het gaat daar in het bijzonder over inhoud die door gewone burgers en dus kiezers zou worden verspreid via de platformen. Zaken die onder de vrijheid van meningsuiting vallen.

De vraag waarom andere bedrijven dan X, Meta, TikTok of Snap hierin betrokken worden dringt zich op. Waarom willen ACM en de EU ook sexcamsites, pornosites en online-winkels verplichten om hun klanten te monitoren? Om gevoelige of zelfs gênante gegevens van kiezers te verzamelen? Om al die gegevens te koppelen in één grote surveillancedatabank?

Oproep tot verklikken

Op papier stellen ACM en de EU het voor alsof ze de Nederlandse democratie willen beschermen tegen bedreigingen, maar in praktijk komt het erop neer dat ze gaan begrenzen wat mensen online mogen en kunnen zeggen tijdens een verkiezingscampagne. Dit is ongekend en zou nog maar enkele jaren geleden zelfs ondenkbaar zijn geweest.

En dan is er nog een heel kwalijk kantje aan het hele verhaal. De consumentenwaakhond ACM roept gebruikers op om de sociale mediabedrijven te verklikken als ze van mening zijn dat die bepaalde inhoud fout beoordeeld zouden hebben. De verklikkers zijn ongetwijfeld al gemobiliseerd.

Wynia's Week brengt broodnodige, onafhankelijke berichtgeving: drie keer per week, **156 keer per jaar**, met artikelen en columns, video's en podcasts. Onze

donateurs maken dat mogelijk. [Doet u mee?](#) Hartelijk dank!