



UITTREKSEL VOOR HET CENTRAAL REGISTER VOOR COLLECTIEVE
ACTIES ALS BEDOELD IN ARTIKEL 1018C LID 2 RV

van de dagvaarding houdende een collectieve vordering krachtens artikel 3:305a BW en artikel 1018d lid 1 Rv, zoals uitgebracht op 7 september 2026 door:

- (i) De stichting **Stichting Massaschade & Consument**, statutair gevestigd te Oegstgeest, en kantoorhoudende te (2341 CW) Terweeweg 112, Oegstgeest;

eiseres en hierna aangeduid als “**SMC**”,
advocaat: mr. Chr.A. Alberdingk Thijm,

tegen:

- (ii) de vennootschap met beperkte aansprakelijkheid **Snap B.V.**, statutair gevestigd te Amsterdam en kantoorhoudende te (1019 GM) Amsterdam aan de Piet Heinkade 119;

- (iii) de vennootschap naar Engels recht **Snap Group Limited**, gevestigd te (EC1M 6AL) Londen, Verenigd Koninkrijk, aan 50 Cowcross Street, Floor 2;

- (iv) de vennootschap naar Amerikaans recht **Snap Inc.**, gevestigd te (CA 90405) Santa Monica, Californië, Verenigde Staten aan 3000 31st Street;

gedaagden en hierna gezamenlijk aangeduid als “**Snap**”,
advocaat: mr. A.M. Arnbak,

bij de rechtbank Amsterdam, tegen een eerste roldatum van 7 oktober 2026 en tevens tegen de roldatum van 9 december 2026.

1 INLEIDING EN KERN VAN DE ZAAK

1.1 Inleiding

1. Dit uittreksel bevat de belangrijkste elementen van de dagvaarding die SMC op 7 september 2026 heeft uitgebracht tegen Snap, waarmee een collectieve procedure zoals bedoeld in artikel 3:305a Burgerlijk Wetboek (“BW”) is ingeleid (“Dagvaarding”). Hiermee voldoet SMC aan haar verplichting tot indiening van een uittreksel van de Dagvaarding zoals neergelegd in artikel 1018c lid 2 Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering (“Rv”).

1.2 Kern van de zaak

2. Snapchat is een van de grootste onlineplatforms ter wereld, met ruim 971 miljoen maandelijkse actieve gebruikers. Nederland heeft verhoudingsgewijs veel gebruikers; meer dan 6 miljoen (34,1% van de bevolking). Een aanzienlijk deel daarvan is minderjarig. De (jonge) gebruiker betaalt niet met geld, maar met zijn aandacht en zijn persoonsgegevens. Hoe

bB

langer gebruikers op Snapchat actief zijn, hoe meer persoonsgegevens Snap over hen kan verzamelen en hoe meer advertenties Snap hen kan tonen.

3. Om die betrokkenheid te maximaliseren bedient Snap zich van een breed scala aan ontwerptechnieken (*addictive patterns*). De *Snapstreak*, de *Snapcore*, pushmeldingen en de *always-on* badge zijn erop gericht gebruikers zo vaak mogelijk naar het platform te doen terugkeren. Functies als *infinite scroll*, *autoplay*, *pull-to-refresh* en gepersonaliseerde aanbevelingssystemen zorgen dat gebruikers niet meer kunnen stoppen, terwijl leesbevestigingen, de “...is aan het typen”-functie en *ephemeral content* sociale druk uitoefenen om direct te reageren. Dit alles gaat ten koste van de autonomie van gebruikers.
4. Het platform brengt gebruikers daarnaast in aanraking met illegale activiteiten: *grooming*, seksueel misbruikmateriaal van minderjarigen, de handel in verboden middelen zoals drugs en illegale vapes en de werving van minderjarigen voor criminele activiteiten. Het gebrek aan leeftijdscontrole en de ontwerpkeuzes van Snap werken deze praktijken in de hand, iets waar Snap zich zeer goed van bewust is. Desondanks neemt Snap onvoldoende maatregelen om dit te voorkomen.
5. Parallel hieraan verwerkt Snap op grote schaal persoonsgegevens van gebruikers, om zo gedetailleerd mogelijke gebruikersprofielen op te bouwen, ook van minderjarigen. Met deze profielen kan Snap voorspellen wat gebruikers interessant vinden, bijvoorbeeld welke kleding of *games*. Meer specifiek kan Snap hiermee voorspellen welke advertenties zullen aanslaan bij welke gebruikers. Deze gebruikersprofielen verkoopt Snap aan adverteerders, waarmee zij jaarlijks miljarden euro's omzet genereert.
6. De advertenties die Snap haar gebruikers vervolgens toont, worden zoveel mogelijk verborgen, opnieuw om nog meer winst te genereren. Snap maskeert advertenties tussen de *Snap*s die gebruikers van vrienden ontvangen, verpakt advertenties in *Lenzen* en *Filters*, voorziet reguliere advertenties van een nauwelijks zichtbare “Ad”-vermelding en zet influencers in om commerciële boodschappen te presenteren als niet-gesponsorde content. Hierdoor hebben Snaps (veelal jonge) gebruikers vaak niet door dat wat ze te zien krijgen een advertentie is.
7. Het voorgaande vloeit niet voort uit één geïsoleerde functionaliteit of incidentele tekortkoming, maar uit de manier waarop Snapchat als geheel is ontworpen en wordt geëxploiteerd. De combinatie van verslavende ontwerpkeuzes, de verwerking van persoonsgegevens en onvoldoende bescherming tegen illegale en schadelijke activiteiten brengt stelselmatige risico's met zich mee voor gebruikers, in het bijzonder voor minderjarigen.

2 PARTIJEN

2.1 SMC

8. SMC is een belangenbehartiger (stichting) zonder winstoogmerk. Zij heeft een onafhankelijk bestuur en raad van toezicht, bestaande uit professionele en deskundige leden. De doelstelling van SMC luidt als volgt:

“De Stichting stelt zich ten doel als onafhankelijke organisatie, zonder binding met enige politieke of levensbeschouwelijke stroming of organisatie, de belangen van

consumenten en Kleinzakelijke Partijen in het algemeen en van Deelnemers van De Stichting in het bijzonder in Nederland en voor zover mogelijk en zo nodig daarbuiten te behartigen.”

9. SMC komt sinds haar oprichting structureel op voor de belangen van consumenten en kleinzakelijke partijen. Zij heeft dan ook ruime ervaring met het instellen van collectieve acties. SMC voldoet aan de ontvankelijkheidseisen die voortvloeien uit artikel 3:305a BW en aan de principes van de Claimcode 2019.

2.2 Snap

10. Snap Inc. is de naar Amerikaans recht opgerichte moedermaatschappij van Snap Group Limited. Zij bepaalt de uiteindelijke strategie van de Snap-entiteiten en kwalificeert als verwerkingsverantwoordelijke voor de verwerking van persoonsgegevens op Snapchat.
11. Snap Group Limited (voorheen Snapchat Limited) is geregistreerd in het Verenigd Koninkrijk en een volledige indirecte dochteronderneming van Snap Inc. Zij is de aanbieder van de Snapchat-dienst aan gebruikers buiten de Verenigde Staten en daarmee de contractuele wederpartij van iedere Nederlandse gebruiker.
12. Snap B.V. is door Snap Group Limited aangewezen als wettelijke vertegenwoordiger in de EU voor doeleinden met betrekking tot de Digital Services Act (“DSA”) en is gevestigd in Amsterdam. Snap B.V. is een 100% dochteronderneming van Snap Group Limited.

3 RELEVANTE FEITEN EN OMSTANDIGHEDEN

3.1 Inleiding

13. Snapchat is een onlineplatform dat wereldwijd door circa 971 miljoen maandelijkse actieve gebruikers wordt gebruikt. In Nederland telt Snapchat meer dan 6 miljoen maandelijkse gebruikers, wat neerkomt op 34,1% van de bevolking. Snapchat is bijzonder populair onder kinderen en jongeren: 56% van de kinderen tussen de 12 en 14 jaar gebruikt het platform en bijna driekwart van de groep tussen de 15 en 17 jaar. Snap boekte in 2025 een jaaromzet van ruim 5,93 miljard dollar en bevestigt dat vrijwel al haar omzet uit advertenties komt. De (jonge) gebruiker betaalt dus niet met geld, maar met zijn aandacht en zijn persoonsgegevens. Adverteerders zijn de werkelijke klanten van Snap.
14. Snap richt zich specifiek op kinderen. Uit interne Snap-documenten blijkt dat het bedrijf de 13-jarige gebruiker als zijn meest waardevolle doelgroep beschouwt en actief stuurt op het werven van zo jong mogelijke gebruikers. Snap stelt dat zij voor kinderen extra beschermingsmaatregelen treft, maar die blijken niet effectief. Een echte leeftijdscontrole is er namelijk niet. De aanmelding gebeurt met een zelfverklaring, die niet wordt geverifieerd. Kinderen kunnen bij het aanmaken van een account een valse leeftijd invullen. Het gevolg is dat jonge kinderen met gemak toegang krijgen tot het platform en de “veiligheidsmaatregelen” makkelijk te omzeilen zijn. Andersom kunnen volwassenen die graag met kinderen in contact komen ook makkelijk een account als kind aanmaken.

bB

15. Na aanmelding krijgt iedere gebruiker een profiel met een *Snap score* (een puntentelling die toeneemt naarmate de gebruiker actiever is) en worden automatisch vriendensuggesties getoond, ook op basis van locatiegegevens. Het platform bestaat uit vijf onderdelen:
 - a. *Camera*, waarmee gebruikers foto's en video's ("*Snap*s") maken en delen;
 - b. *Chat*, een berichtenfunctie waarbij berichten standaard na korte tijd worden verwijderd en waarbij de AI-chatbot "*My AI*" zich als vriend presenteert aan gebruikers waaronder kinderen;
 - c. *Stories/Discover*, waarmee gebruikers tijdelijke content delen en gepersonaliseerde content van derden ontvangen;
 - d. *Snap Map*, een kaartfunctie die de locatie van vrienden weergeeft en die, eenmaal geactiveerd, niet volledig kan worden uitgeschakeld; en
 - e. *Spotlight*, een algoritmegestuurde videostroom, vergelijkbaar met TikTok.
16. Gepersonaliseerde content kan worden uitgeschakeld, maar die instelling is bewust moeilijk vindbaar en wordt bij vrijwel elke interactie opnieuw ter discussie gesteld via *pop-ups*.
17. Tegen betaling kunnen gebruikers via "*Snapchat+*" extra functies ontgrendelen, waaronder het herstel van een verlopen *Snapstreak*.

3.2 Verslavend ontwerp

18. Snap heeft haar platform zo ingericht dat de gebruiker zo vaak mogelijk naar het platform wordt getrokken en daar zo lang mogelijk blijft. Daar is zij bijzonder succesvol in. Wereldwijd openen de miljoenen gebruikers de app gemiddeld 30-40 keer per dag; veel vaker dan andere sociale media.
19. Snap gebruikt aanbevelingssystemen en verschillende ontwerpkeuzes om de tijd die gebruikers op de app doorbrengen te maximaliseren:
 - **Aanbevelingssystemen:** Snap's algoritmen bepalen op basis van gedragsgegevens, waaronder via cross-platform matching, welke content gebruikers zien. Zij zijn gericht op engagement, waardoor sensationele en controversiële content zich kan verspreiden. Personalisatie uitschakelen is omslachtig en staat voor minderjarigen standaard ingeschakeld.
 - ***Infinite scroll:*** *Discover/Stories* en *Spotlight* bevatten een *endless feed* die automatisch nieuwe, aanbevolen content toont. Snap kwalificeerde *infinite scroll* intern als een "*unhealthy gaming mechanism*".
 - ***Autoplay:*** *Autoplay* voorzag gebruikers automatisch van nieuwe *Stories* en vervolgens aanbevolen *Discover*-content. Snap erkende deze functie in 2021 als een "*unhealthy gaming mechanism*", maar schakelde haar pas in 2025 uit voor *Discover* en *Spotlight*.

bB

- **Filters en Lenzen:** Steeds vernieuwde *Filters* en *Lenzen* stimuleren herhaald gebruik en sociale druk. Schoonheidsfilters kunnen leiden tot *Snapchat dysmorphia*, vooral bij meisjes van 13 tot 17 jaar. Snap was intern en uit eigen onderzoek bekend met deze schadelijkheid.
- **Pushmeldingen:** Snapchat verstuurt dagelijks 28 miljard pushmeldingen om gebruikers terug te halen, waardoor de app gemiddeld 30 tot 40 keer per dag wordt geopend. Gebruikers ontvangen juist meer meldingen wanneer zij de app enige tijd niet openen en kunnen bepaalde meldingen niet uitschakelen.
- **Ephemeral content:** *Snaps*, *Chats* en *Stories* verdwijnen na opening of na 24 uur. Dit creëert FOMO en druk om tijdig te reageren, waardoor gebruikers Snapchat vaker controleren. Snap erkent dit effect.
- **Gamification:** *Snapstreaks*, *Snapscore*, interactieve *Lenzen*, *Trophies* en *Charms* stimuleren gebruik en competitie. Vooral kinderen voelen druk om *streaks* te behouden. Snap past de *Snapscore* bewust aan om gebruikers meer content te laten produceren en consumeren.
- **Pull-to-refresh:** Met *pull-to-refresh* kunnen gebruikers in *Spotlight* en *Discover* steeds nieuwe, onvoorspelbare content laden, wat betrokkenheid stimuleert en bijdraagt aan de *endless feed*.
- **Likes, comments en interactiestatistieken:** Interactieve functies stimuleren sociale validatie, gewoontevorming en voortgezet gebruik. Onder meer “...is aan het typen”, leesbevestigingen, reacties op *Spotlight* en de *Snap Map* houden gebruikers betrokken.

3.3 Platformveiligheid en illegale activiteiten

20. Snapchat wordt op grote schaal gebruikt voor *grooming*, het delen van seksueel misbruikmateriaal van minderjarigen, de handel in verboden middelen zoals drugs en illegale vapes, en de werving van minderjarigen voor criminele activiteiten.
21. Dit is een direct gevolg van de manier waarop Snap het platform heeft ingericht. Berichten en foto's verdwijnen na een korte tijd, Snapchat heeft een jonge gebruikersbasis en gebruikers delen hun locatie met anderen via *Snap Map*. De combinatie van vluchtige communicatie, locatiefunctionaliteiten en de aanwezigheid van grote aantallen minderjarige gebruikers maakt Snapchat aantrekkelijk voor gebruikers die illegale activiteiten aan het zicht willen onttrekken of contact zoeken met minderjarigen. Snap neemt onvoldoende maatregelen om dit te voorkomen. Het is nog steeds mogelijk om termen zoals “*kindermisbruik*” en “*bdsm*” op te zoeken, en de functie “*Vrienden toevoegen*” faciliteert het toevoegen van onbekenden.

3.4 Profileren en targeted advertising

22. Snap genereert vrijwel haar gehele omzet uit advertenties. Om adverteerders in staat te stellen gericht te adverteren, verwerkt Snap op grote schaal persoonsgegevens van haar gebruikers,

waaronder gedragsdata, interesses, locatiegegevens en afgeleide kenmerken zoals geslacht en leefstijl.

23. Op basis van deze gegevens worden gebruikersprofielen opgebouwd en worden gebruikers ingedeeld in doelgroepen. Adverteerders kunnen hun advertenties vervolgens richten op specifieke groepen, ook wanneer die groepen minderjarigen omvatten.

3.5 Verborgene advertenties

24. Snap verbergt haar advertenties zoveel mogelijk, om zoveel mogelijk advertentie-inkomsten te genereren. Snap plaatst de advertenties niet in een van de overige content afgescheiden reclameomgeving, maar integreert die in de omgeving waarin gebruikers de content van hun vrienden bekijken.
25. *Sponsored Snaps* (foto's of video's van gebruikers met een logo van een merk in beeld) verschijnen direct tussen de persoonlijke gesprekken van gebruikers, in dezelfde vorm als een *Snap* van een vriend. Bij *Lenzen* en *Filters* is de "sponsored"-aanduiding slechts twee seconden zichtbaar en verdwijnt daarna volledig. Zodra de gebruiker de *Lens* of *Filter* toepast en de *Snap* naar vrienden verstuurt of aan zijn *Story* toevoegt, verspreidt de commerciële boodschap zich verder over Snapchat zonder dat nog zichtbaar is dat het om reclame gaat. Reguliere advertenties worden voorzien van een kleine, transparante "Ad"-vermelding die nauwelijks zichtbaar is, waardoor voor de doorsnee gebruiker niet duidelijk is of hij een reguliere video bekijkt of een advertentie.
26. Bovendien zet Snap influencers in als reclamemiddel, die commerciële boodschappen presenteren als niet-gesponsorde content. Het resultaat is dat advertenties nauwelijks van gewone gebruikerscontent zijn te onderscheiden. Hierdoor hebben de (veelal jonge) gebruikers van Snapchat vaak niet door dat wat ze te zien krijgen een advertentie is.

4 RELEVANTE PERIODE EN NAUW OMSCHREVEN GROEP

27. In deze procedure treedt SMC op in het collectieve belang van alle Snapchatgebruikers in Nederland (de "Gedupeerden"). Gezamenlijk vormen zij de nauw omschreven groep (de "Nauw Omschreven Groep") als bedoeld in de WAMCA.
28. De relevante periode begint op 25 mei 2018, de datum waarop de AVG in werking trad, en heeft geen vooraf bepaalde einddatum (de "Relevante Periode").
29. Voor alle groepen geldt dat zij Snapchat op enig moment na 25 mei 2018 hebben gebruikt en hun gewone verblijfplaats in Nederland hebben. De Gedupeerden worden op grond van hun leeftijd bij het eerste relevante gebruik van Snapchat onderverdeeld in drie nauw omschreven groepen:
- natuurlijke personen jonger dan 13 jaar ("NOG 13-");
 - natuurlijke personen van 13 tot 18 jaar ("NOG 13-17"); en
 - natuurlijke personen van 18 jaar en ouder ("NOG 18+").

Nauw omschreven groepen Gedupeerden

NOG 13- (jonger dan 13 jaar)	NOG 13-17 (13 jaar tot minder dan 18 jaar)	NOG 18+ (18 jaar of ouder)
		
Alle natuurlijke personen die: 1. Snapchat hebben gebruikt op enig moment na 25 mei 2018; 2. met een gewone verblijfplaats in Nederland; 3. die op het eerste moment van het betreffende gebruik van Snapchat de leeftijd van 13 jaar nog niet hadden bereikt.	Alle natuurlijke personen die: 1. Snapchat hebben gebruikt op enig moment na 25 mei 2018; 2. met een gewone verblijfplaats in Nederland; 3. die op het eerste moment van het betreffende gebruik van Snapchat de leeftijd van 13 jaar maar nog niet de leeftijd van 18 jaar hadden bereikt.	Alle natuurlijke personen die: 1. Snapchat hebben gebruikt op enig moment na 25 mei 2018; 2. met een gewone verblijfplaats in Nederland; 3. die op het eerste moment van het betreffende gebruik van Snapchat 18 jaar of ouder waren.
 Nederland.	 25 mei 2018 Inwerkingtreding AVG.	

5 SCHENDINGEN DOOR SNAP

5.1 Inleiding

30. De hiervoor beschreven handelwijze van Snap is in strijd met meerdere verplichtingen uit het Unierecht en het Nederlandse recht. In de eerste plaats zijn dat de fundamentele rechten, zoals neergelegd in het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie ("Handvest"), het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens ("EVRM") en het Verdrag inzake de Rechten van het Kind ("IVRK").
31. Snap schendt daarnaast verplichtingen uit de DSA, de Digital Markets Act ("DMA"), de AI-Verordening, de Mediawet en de daaraan ten grondslag liggende Richtlijn audiovisuele mediadiensten ("AVMD"). Snap schendt voorts de (Nederlandse implementaties van) de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken ("OHP"), Richtlijn betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten, de Digital Fairness Act ("DFA"), de Richtlijn productaansprakelijkheid ("PLD") en de Richtlijn digitale inhoud en digitale diensten ("DID"). Ook schendt Snap de Algemene Verordening Gegevensbescherming ("AVG").
32. De voornoemde schendingen zijn ook een onrechtmatige daad in de zin van artikel 6:162 BW. Ook is sprake van een tekortkoming in de nakoming van de overeenkomst tussen Snap en haar gebruikers in de zin van artikel 6:74 BW.
33. Om de samenhang van de verschillende schendingen inzichtelijk te maken, worden de schendingen hierna besproken aan de hand van vier centrale onderwerpen:
 - verslavend ontwerp;
 - platformveiligheid en illegale activiteiten;

- profilering en *targeted advertising*; en
- verborgen advertenties.

5.2 Verslavend ontwerp

34. Met haar verslavende ontwerpkeuzes handelt Snap in strijd met de DSA. De ontwerpkeuzes vormen *dark patterns* in strijd met artikel 25 DSA, terwijl Snap de daaruit voortvloeiende systeemrisico's onvoldoende beperkt en minderjarigen onvoldoende beschermt (artikelen 28, 34 en 35 DSA).
35. Ook *My AI* maakt gebruik van manipulatieve technieken. De chatbot wordt als persoonlijke gesprekspartner gepresenteerd, terwijl Snap de interacties mede voor commerciële doeleinden gebruikt. Bij minderjarigen wordt bovendien ingespeeld op de kwetsbaarheid die samenhangt met hun leeftijd. Daarmee handelt Snap in strijd met artikel 5 lid 1 sub a en b AI-verordening.

5.3 Platformveiligheid en illegale activiteiten op Snapchat

36. Door onvoldoende bescherming te bieden tegen illegale en schadelijke activiteiten, voldoet Snap niet aan haar verplichtingen om systeemrisico's te beperken en minderjarigen te beschermen (artikelen 28, 34 en 35 DSA, artikel 5, lid 1 sub a en b AI-verordening en artikel 3a.3 Mediawet). Snapchat biedt bovendien niet de veiligheid en functionaliteit die gebruikers op grond van het regime voor digitale inhoud en digitale diensten (DID) en haar eigen servicevoorwaarden redelijkerwijs mogen verwachten.

5.4 Profileren en *targeted advertising*

37. Snap verwerkt bovendien op grote schaal persoonsgegevens waarvoor op verschillende punten een geldige grondslag ontbreekt. Ook verwerkt Snap gegevens waaruit bijzondere persoonsgegevens kunnen worden afgeleid. Bovendien schiet de informatievoorziening door Snap tekort, terwijl personalisatie standaard is ingeschakeld en moeilijk kan worden uitgeschakeld. Daarmee handelt Snap onder meer in strijd met de artikelen 5, 6, 9, 12–14, 22 en 25 AVG en artikel 5 lid 1 sub a en b AI-verordening.
38. Ook voldoet Snap niet aan de artikelen 27, 34, 35 en 38 DSA. Zij beperkt de risico's van profilering en *microtargeting* onvoldoende en biedt geen daadwerkelijk profileringsvrij aanbevelingssysteem dat rechtstreeks en gemakkelijk toegankelijk is. Deze handelwijze strookt evenmin met haar contractuele toezeggingen over privacy.

5.5 Verborgen advertenties

39. Doordat Snap commerciële communicatie op structurele wijze verbergt of minimaliseert, handelt zij in strijd met de artikelen 26 en 28 DSA en artikel, alsmede artikel 3a.3 en 3a.5 Mediawet. *Sponsored Snaps* worden bovendien zonder voorafgaande toestemming als directe marketing in de *Chat*-omgeving geplaatst, in strijd met artikel 11.7 lid 1 Telecommunicatiewet.

6 SCHADE

40. Als gevolg van de handelwijze van Snap lijden de Gedupeerden zowel immateriële als materiële schade.

41. De immateriële schade bestaat onder meer uit een voortdurende en ernstige aantasting van de autonomie en keuzevrijheid van gebruikers. Het gaat onder meer om inbreuken op de menselijke waardigheid, de persoonlijke levenssfeer en het recht op bescherming van de persoonlijke autonomie, alsook het verlies van controle over persoonsgegevens.
42. Bij het begroten van de hoogte van de immateriële schadevergoeding maakt SMC een onderscheid tussen de schade als gevolg van de DSA-schendingen, de AVG-schendingen en de schade als gevolg van andere normschendingen. Binnen de eerste twee categorieën kan de immateriële schade als volgt worden begroot:

Leeftijd	AVG-schendingen	Overige schendingen
< 13 jaar	€ 450	€ 150
13–17 jaar	€ 300	€ 100
≥ 18 jaar	€ 175	€ 50

43. Voor de DSA-schendingen wordt ten aanzien van de begroting een bandbreedte gehanteerd van € 200 tot € 1.250, afhankelijk van de leeftijd en de intensiteit van het gebruik, gemeten aan de hand van de *Snap score*.
44. De materiële schade bestaat onder meer uit het verlies van de economische waarde van de tijd en de persoonsgegevens die de Gedupeerden zijn ontnomen door Snap.
45. De exacte omvang van de immateriële en de materiële schade staat nog niet vast. Deze zal bij de schadeafwikkeling moeten worden bepaald op basis van informatie van Snap, zo nodig met inzet van een deskundige.

7 ONTVANKELIJKHEID SMC

46. SMC voldoet aan de vereisten van artikel 3:305a BW en is bovendien de meest geschikte partij om als exclusieve belangenbehartiger te worden aangewezen:
- Gelijksoortigheid: de vorderingen zien op dezelfde gedragingen van Snap en lenen zich voor collectieve beoordeling. Eventuele verschillen kunnen zo nodig door middel van categorisering worden ondervangen (artikel 1018i Rv).
 - Statuten en activiteiten: de belangen van Snapchat-gebruikers vallen binnen de statutaire doelstelling van SMC. SMC heeft daarvoor ook feitelijke activiteiten verricht, waaronder onderzoek, campagnevoering, informatieverstrekking en overleg met Snap.
 - Waarborgvereiste en representativiteit: SMC komt op voor circa zes miljoen Nederlandse Snapchat-gebruikers, wordt gesteund door verschillende belangenorganisaties en voldoet aan de vereisten van artikel 3:305a lid 2 BW en de Claimcode 2019. Zij beschikt over een adequaat bestuur, toezicht, financiering en voldoende ervaring en deskundigheid.

- Aanvullende eisen: SMC heeft geen winstoogmerk, de zaak heeft een nauwe band met Nederland en SMC heeft voorafgaand aan deze procedure tevergeefs met Snap over een oplossing overlegd (artikel 3:305a lid 3 BW).
- Exclusieve belangenbehartiger: SMC is de meest geschikte eiser om als exclusieve belangenbehartiger in de zin van artikel 1018e Rv te worden aangewezen. SMC is geen “ad hoc” stichting en voert sinds haar oprichting meerdere collectieve acties. SMC beschikt hierdoor over ruime ervaring en deskundigheid voor het voeren van collectieve acties en het optreden daarin als exclusieve belangenbehartiger. SMC beschikt bovendien over voldoende financiële draagkracht. De vorderingen en de rechtsgronden waar SMC zich op baseert, zijn bovendien in aanzienlijke mate omvangrijker dan die van SOMI. SMC is daarmee beter in staat om de belangen van de achterban volledig te behartigen.

47. De dagvaarding van SMC voldoet tevens aan de vereisten van artikel 1018c Rv.

8 BEVOEGDHEID EN TOEPASSELIJK RECHT

8.1 Bevoegdheid

48. De rechtbank Amsterdam is bevoegd kennis te nemen van de vorderingen tegen alle Snap-entiteiten:

- Snap B.V. is statutair gevestigd in Amsterdam (artikel 2 Rv en artikel 4 lid 1 Brussel I bis-Vo).
- De overige Snap-entiteiten kunnen wegens de nauwe samenhang tussen de vorderingen voor dezelfde rechter worden gedagvaard (artikel 8 Brussel I bis-Vo en artikel 7 lid 1 Rv).
- Onrechtmatige daad: de Gedupeerden wonen in Nederland en de schade doet zich hier voor (artikel 7 lid 2 Brussel I bis-Vo).
- Overeenkomst: Snapchat wordt aan Nederlandse gebruikers aangeboden en de relevante verbintenissen worden in Nederland uitgevoerd (artikel 7 lid 1 Brussel I bis-Vo).
- AVG: artikel 79 lid 2 AVG biedt eveneens grond voor bevoegdheid van de Nederlandse rechter.
- Relatieve bevoegdheid: Snap B.V. is gevestigd in Amsterdam. Bovendien is de samenhangende collectieve actie van SOMI bij de rechtbank Amsterdam aanhangig (artikel 99 jo. 107 en artikel 1018d lid 1 Rv).

8.2 Toepasselijk recht

49. Het toepasselijk recht wordt op basis van de volgende punten vastgesteld:

- De DSA, AI-verordening en AVG zijn rechtstreeks van toepassing.

- Op de onrechtmatige daad is Nederlands recht van toepassing (artikel 4 lid 1 Rome II-Vo).
- Op productaansprakelijkheid is Nederlands recht van toepassing (artikel 5 lid 1 sub a Rome II-Vo).
- Op de contractuele vorderingen is Nederlands recht van toepassing (artikel 6 lid 1 Rome I-Vo).
- Een eventuele rechtskeuze laat de toepasselijke dwingendrechtelijke bescherming onverlet.
- De WAMCA is op de collectieve vorderingen van SMC van toepassing.

9 PETITUM

50. De petita zijn wegens de omvang samengevat weergegeven.

9.1 Petitum in de hoofdzaak

SMC vordert dat de rechtbank, voor zover mogelijk uitvoerbaar bij voorraad, bij vonnis (samengevat) de navolgende beslissingen neemt:

I. WAMCA en collectieve belangenbehartiging

- SMC aanwijst als exclusieve belangenbehartiger voor de Nauw Omschreven Groepen.
- de collectieve actie bepaalt voor:
 - NOG 13-: alle natuurlijke personen die Snapchat op enig moment na 25 mei 2018 hebben gebruikt, met een gewone verblijfplaats in Nederland, die op het eerste moment van het betreffende gebruik van Snapchat de leeftijd van 13 jaar nog niet hadden bereikt.
 - NOG 13-17: alle natuurlijke personen die Snapchat op enig moment na 25 mei 2018 hebben gebruikt, met een gewone verblijfplaats in Nederland, die op het eerste moment van het betreffende gebruik van Snapchat de leeftijd van 13 jaar hadden bereikt, maar nog niet de leeftijd van 18 jaar.
 - NOG 18+: alle natuurlijke personen die Snapchat op enig moment na 25 mei 2018 hebben gebruikt, met een gewone verblijfplaats in Nederland, die op het eerste moment van het betreffende gebruik van Snapchat de leeftijd van 18 jaar hadden bereikt.
- de toepasselijke opt-out- en opt-inregeling vaststelt.

II. Verklaring voor recht

Voor recht verklaart dat Snap jegens de Nauw Omschreven Groepen onrechtmatig heeft gehandeld en/of handelt en/of toerekenbaar tekortschiet door:

- Snapchat manipulatief en verslavend te ontwerpen en te exploiteren, onder meer door *dark patterns* en engagementbevorderende technieken;
- onvoldoende maatregelen te treffen tegen illegale en schadelijke activiteiten en ter bescherming van minderjarigen;
- met *My AI* manipulatieve en/of misleidende technieken toe te passen en kwetsbaarheden van minderjarigen uit te buiten;
- persoonsgegevens in strijd met de AVG te verwerken, waaronder voor profilering, personalisatie en geautomatiseerde besluitvorming;
- commerciële communicatie onvoldoende duidelijk en herkenbaar als zodanig aan te duiden;
- een digitale dienst aan te bieden die niet voldoet aan de toepasselijke conformiteitseisen;
- haar contractuele verplichtingen jegens gebruikers niet na te komen.

Voorts voor recht verklaart dat Snap Inc., Snap Group Limited en Snap B.V. hoofdelijk aansprakelijk zijn voor de daaruit voortvloeiende schade en zich niet kunnen beroepen op oneerlijke aansprakelijkheidsbeperkingen in hun servicevoorwaarden.

III. Maatregelen tegen verslavend ontwerp

Snap beveelt:

- het gebruik van Snapchat door kinderen jonger dan 13 jaar door middel van passende maatregelen te voorkomen;
- voor minderjarigen engagementbevorderende functionaliteiten en sociale-drukmechanismen te beperken en standaard uit te schakelen en passende gebruiks- en tijdsbeperkingen toe te passen, zoals een nacht- en schoolmodus;
- gebruikers van 18 jaar en ouder effectieve stoppunten, gebruikslimieten en eenvoudige mogelijkheden te bieden om engagementbevorderende functionaliteiten uit te schakelen en niet-gepersonaliseerde gebruiksmodi te kiezen;
- beschermende keuzes van gebruikers te respecteren en niet door *dark patterns* of andere technieken te ondermijnen.

IV. Platformveiligheid en illegale activiteiten

Snap beveelt passende en effectieve maatregelen te treffen om:

- effectieve leeftijdsgarantie toe te passen en gebruik door kinderen jonger dan 13 jaar te voorkomen;

- minderjarigen te beschermen tegen illegale, schadelijke en leeftijdsongeschikte content, contacten en activiteiten;
- illegale content en activiteiten tijdig te identificeren, beperken en bestrijden;
- herregistratie na verwijdering wegens illegale of schadelijke activiteiten tegen te gaan;
- minderjarigen geen toegang tot *My AI* te geven en *My AI* voor volwassenen duidelijk als afzonderlijke AI-omgeving aan te bieden.

V. Onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens

Snap beveelt haar verwerking van persoonsgegevens in overeenstemming met de AVG te brengen, waaronder door:

- verwerkingen zonder geldige rechtsgrond te staken;
- bijzondere persoonsgegevens uitsluitend rechtmatig te verwerken;
- transparant te informeren over gegevensverwerkingen;
- dataminimalisatie en *privacy by design/default* toe te passen;
- gebruikers effectieve controle te geven over profilering en personalisatie;
- onrechtmatig verwerkte persoonsgegevens waar nodig te wissen;
- het gebruik van de inhoud van gesprekken met *My AI* voor commerciële doeleinden te staken.

VI. Commerciële communicatie

Snap beveelt:

- *Sponsored Snaps* uit de *Chat*-omgeving te verwijderen;
- advertenties permanent, duidelijk en herkenbaar als zodanig aan te duiden;
- gesponsorde *Lenzen* en *Filters* ook na gebruik en verspreiding herkenbaar als reclame in beeld te brengen;
- gebruikers duidelijk te informeren over de adverteerder en de voornaamste targetingparameters.

VII. Beschermende standaardinstellingen

Voor zover concrete maatregelen niet worden toegewezen, Snap beveelt het daarmee beoogde beschermingsniveau zoveel mogelijk door beschermende standaardinstellingen of andere passende maatregelen te realiseren.

VIII. Technologieneutraliteit

Snap beveelt:

- de toegewezen maatregelen ook toe te passen op huidige en toekomstige functioneel vergelijkbare technieken en functionaliteiten;
- inzichtelijk te maken hoe de maatregelen technisch en organisatorisch zijn geïmplementeerd;
- relevante wijzigingen gedurende drie jaar aan SMC te melden.

IX. Naleving en controle

Snap verbiedt de toegewezen maatregelen technisch, functioneel, algoritmisch of anderszins te omzeilen en beveelt gedurende drie jaar onafhankelijke controle op de naleving en effectiviteit daarvan te laten uitvoeren.

X. Kennisgeving

Snap beveelt de Nauw Omschreven Groepen duidelijk en begrijpelijk te informeren over het vonnis, de vastgestelde schendingen, de getroffen maatregelen en de beschikbare beschermings-, privacy- en veiligheidsinstellingen.

XI. Schadevergoeding

Snap Inc., Snap Group Limited en Snap B.V. hoofdelijk veroordeelt tot vergoeding van de door de Nauw Omschreven Groepen geleden en nog te lijden materiële en immateriële schade, collectief vast te stellen dan wel nader op te maken bij staat, te vermeerderen met wettelijke rente.

XII. Dwangsommen

Aan de toegewezen verboden en bevelen passende dwangsommen verbindt, hoofdelijk verschuldigd door Snap Inc., Snap Group Limited en Snap B.V.

XIII. Kosten

Snap Inc., Snap Group Limited en Snap B.V. hoofdelijk veroordeelt in de buitengerechtelijke kosten, proces- en nakosten, voor zover toewijsbaar financieringskosten en de redelijke kosten van uitvoering, naleving en collectieve schadeafwikkeling.

9.2 Petitum in de procedure ex artikel 223 Rv

51. Het petitum voor de voorlopige voorziening strekt ertoe dat Snap gedurende het geding relevante informatie bewaart en veiligstelt. Samengevat wordt gevorderd de volgende gegevens te bewaren:

- aantallen gebruikers in Nederland, uitgesplitst naar leeftijd;
- schermtijd, gebruiksduur en gebruiksfrequentie;
- schermtijd per functionaliteit en ontwerp- en engagementtechniek;

- effecten van ontwerp- en engagementtechnieken op gebruik, engagement en retentie;
- de werking en effecten van Snapscore;
- pushmeldingen en andere re-engagementtechnieken;
- ranking-, aanbevelings- en personalisatiesystemen;
- interne kennis en onderzoeken over de risico's van intensief of problematisch gebruik, in het bijzonder door minderjarigen;
- leeftijdsgarantie en leeftijdscontroles;
- maatregelen ter bescherming van minderjarigen;
- illegale en schadelijke content en activiteiten en de effectiviteit van daartegen getroffen maatregelen;
- de verwerking van persoonsgegevens, waaronder profilering, personalisatie, aanbevelingen en advertenties;
- omzet, monetisatie en de economische waarde van engagement.

SMC vordert in dit verband:

Technische en organisatorische maatregelen om te voorkomen dat deze informatie door verwijdering, overschrijving, wijziging, migratie of het verstrijken van bewaartermijnen verloren gaat of niet meer volledig en toegankelijk beschikbaar is.

Schriftelijke bevestiging door Snap binnen veertien dagen dat aan de bewaringsbevelen uitvoering is gegeven, met vermelding van de getroffen maatregelen en ondertekening door een bevoegde functionaris.

Dwangsom van € 1 miljoen per overtreding, vermeerderd met € 250.000 per dag dat de overtreding voortduurt, tot maximaal € 800 miljoen, althans een door de rechtbank te bepalen bedrag.

Veroordeling van Snap in de proceskosten van het incident, vermeerderd met wettelijke rente.

Deze zaak wordt behandeld door
mr. Chr.A. Alberdingk Thijm, mr. E.E. Troll, mr. D.N.D. Guerrero Obando, mr. M.G.J. Gommer, mr. L. Oostinga,
mr. B.J. van Eijk, mr. E.A.B. Apeldoorn & mr. A.L.J. Elshove

bureau Brandeis

Sophialaan 8, 1075 BR Amsterdam

T: 020 7606 505 / F: 020 7 606 555