APPEALS CENTRE EUROPE

Appeals Centre Europe Transparenzbericht

Oktober 2025 bis September 2026

Was ist das Appeals Centre Europe?

Wer wir sind

- Das Appeals Centre Europe ist eine unabhängige außergerichtliche Streitbeilegungsstelle, die nach Artikel 21 des EU-Gesetzes über digitale Dienste (Digital Services Act, DSA) zertifiziert ist. Auf diese Weise können Personen und Organisationen in der EU Entscheidungen von Social-Media-Plattformen anfechten, die womöglich gegen die Geschäftsbedingungen einer Plattform verstoßen.

- Aktuell akzeptieren wir Streitfälle zu Inhalten auf **Facebook**, **Google Maps**, **Instagram**, **Pinterest**, **Threads, TikTok** und **YouTube**.

- Während des Berichtszeitraums (Oktober 2025 bis September 2026) haben wir Streitfälle zu folgenden Punkten bearbeitet:
  - **Konten, die** in den letzten sechs Monaten **gesperrt wurden.**
  - **Inhalte,** die in den letzten sechs Monaten **entfernt wurden.**
  - **Konten oder Inhalte**, die in den letzten sechs Monaten **eingeschränkt wurden** (z. B. Hinzufügen eines Warnbildschirms zu einem Beitrag oder Demonetarisierung eines Kontos).
  - **Seiten oder Gruppen, die** in den letzten sechs Monaten **entfernt wurden.**
  - Potenziell verletzender **Inhalt, der belassen wurde.**

- Während der **Inhalt in den meisten in der EU gesprochenen Sprachen sein kann**, müssen die Menschen unsere Formulare entweder in Niederländisch, Englisch, Französisch, Deutsch, Italienisch, Polnisch oder Spanisch ausfüllen..

- **Bestimmte Richtlinien liegen außerhalb des Zuständigkeitsbereichs des Appeals Centre oder des Artikels 21 des DSA,** was bedeutet, dass wir Streitfälle in diesen Bereichen nicht akzeptieren können. Dazu gehören: gehackte Konten, Urheberrecht und Material über sexuellen Kindesmissbrauch.

- **Wir erweitern unsere Dienstleistungen** kontinuierlich und werden im Laufe der Zeit **neue Richtlinien, Plattformen und Sprachen hinzufügen.**

Um eine Entscheidung einer Social-Media-Plattform anzufechten, reichen Sie Ihren Streitfall hier ein: www.appealscentre.eu/de

Was wir tun

Im Folgenden erläutern wir, was geschieht, wenn jemand einen Streitfall bei uns einreicht:

1. **Streitfall einreichen:** Social-Media-Nutzer in der EU gehen auf die Seite www.appealscentre.eu/de. Nach der Erstellung eines Kontos füllen sie ein kurzes Formular aus, das alle Details zu ihrem Fall enthält. Die Einreichung eines Streitfalls ist kostenlos.
2. **Berechtigung prüfen:** Wir prüfen, ob der Streitfall gemäß Artikel 21 des DSA überprüft werden kann (ein „zulässiger" Fall) und ob er in unseren zertifizierten Zuständigkeitsbereich und unsere Verfahrensregeln fällt (ein „berechtigter" Fall). Wenn der Fall entweder unzulässig oder nicht berechtigt ist oder wir nicht genügend Informationen vom Nutzer erhalten haben, senden wir dem Nutzer eine Nachricht, um mitzuteilen, dass wir diesen Fall nicht weiter bearbeiten können.
3. **Inhalt anfordern:** Als Nächstes wenden wir uns an die entsprechende Social-Media-Plattform, um die Inhalte und zusätzliche relevante Informationen im Zusammenhang mit dem Streitfall anzufordern. Dies kann der Inhalt sein, der entfernt wurde, der potenziell schädliche Inhalt, der online belassen wurde, der letzte Teil des Inhalts, der dazu geführt hat, dass das Konto einer Person gesperrt wurde, oder andere Informationen, die für einen Streitfall relevant sind. Ab Oktober 2026 gilt Folgendes: Wenn sich der Nutzer dafür entschieden hat, dass die Plattform ihre ursprüngliche Entscheidung erneut überprüfen darf, hat die Plattform bis zu 30 Tage Zeit, um dies zu tun, wenn wir sie zum ersten Mal kontaktieren. Sollte die Plattform ihre ursprüngliche Entscheidung nicht rückgängig machen oder sollten wir bei Streitfällen, in denen eine Plattform potenziell richtlinienverletzende Inhalte nicht entfernt hat, die betreffenden Inhalte nicht innerhalb von 30 Tagen erhalten, können wir den vom Nutzer angegebenen Hyperlink nutzen, um die fraglichen Inhalte zu prüfen und eine Entscheidung zu treffen. Bei allen berechtigten Streitfällen können wir, wenn wir den Inhalt nicht innerhalb der in unserer Geschäftsordnung festgelegten Fristen erhalten, eine Verfahrensentscheidung zugunsten des Nutzers treffen.
4. **Entscheidung treffen:** Unser Expertenteam prüft den Inhalt und entscheidet unabhängig, ob die ursprüngliche Entscheidung der Plattform mit ihren eigenen Richtlinien und den in den Plattformrichtlinien genannten Grundrechtsstandards im Einklang stand. Entweder sind wir anderer Meinung als die Plattform (wir „revidieren" ihre Entscheidung) oder wir stimmen der Plattform zu (wir „bestätigen" ihre Entscheidung). Wir senden dem Nutzer und der Plattform eine Nachricht mit unserer Entscheidung. Auch wenn unsere Entscheidungen nicht bindend sind und es den Plattformen überlassen bleibt, ob sie diese umsetzen, müssen sie dabei nach Treu und Glauben handeln. Wir drängen die Plattformen dazu, uns und die Nutzer regelmäßig darüber zu informieren, ob sie unsere Entscheidungen umgesetzt haben.

Einleitung

Von Oktober 2025 bis September 2026 verzeichneten wir ein enormes Wachstum der Anzahl der Personen und Organisationen, die eine unabhängige Überprüfung forderten.[1] In diesem Zeitraum haben wir 43.000 Streitfälle erhalten. Somit haben wir – seit wir im November 2024 mit der Annahme von Streitfällen begonnen haben – jetzt mehr als 65.000 Streitfälle erhalten. Dies zeigt ein klares Interesse von Menschen aus der gesamten EU, Entscheidungen von Social-Media-Plattformen anzufechten. Um diesen Anstieg zu bewältigen, hat sich unser Fallprüfungsteam in Dublin in den letzten Monaten mehr als verdoppelt.

In Fällen, in denen wir den Inhalt überprüfen konnten, revidierten wir die Entscheidungen der Plattformen in drei Vierteln (74 %) der Fälle. Diese Zahl ist 15 % höher als die Aufhebungsquote von 59 % in unserem letzten Transparenzbericht. Die Fallstudien in diesem Bericht erwecken diese Zahl zum Leben; von satirischen Inhalten, die durch automatisierte Systeme entfernt wurden, bis hin zu homophobem Missbrauch, der unter dem Radar blieb.

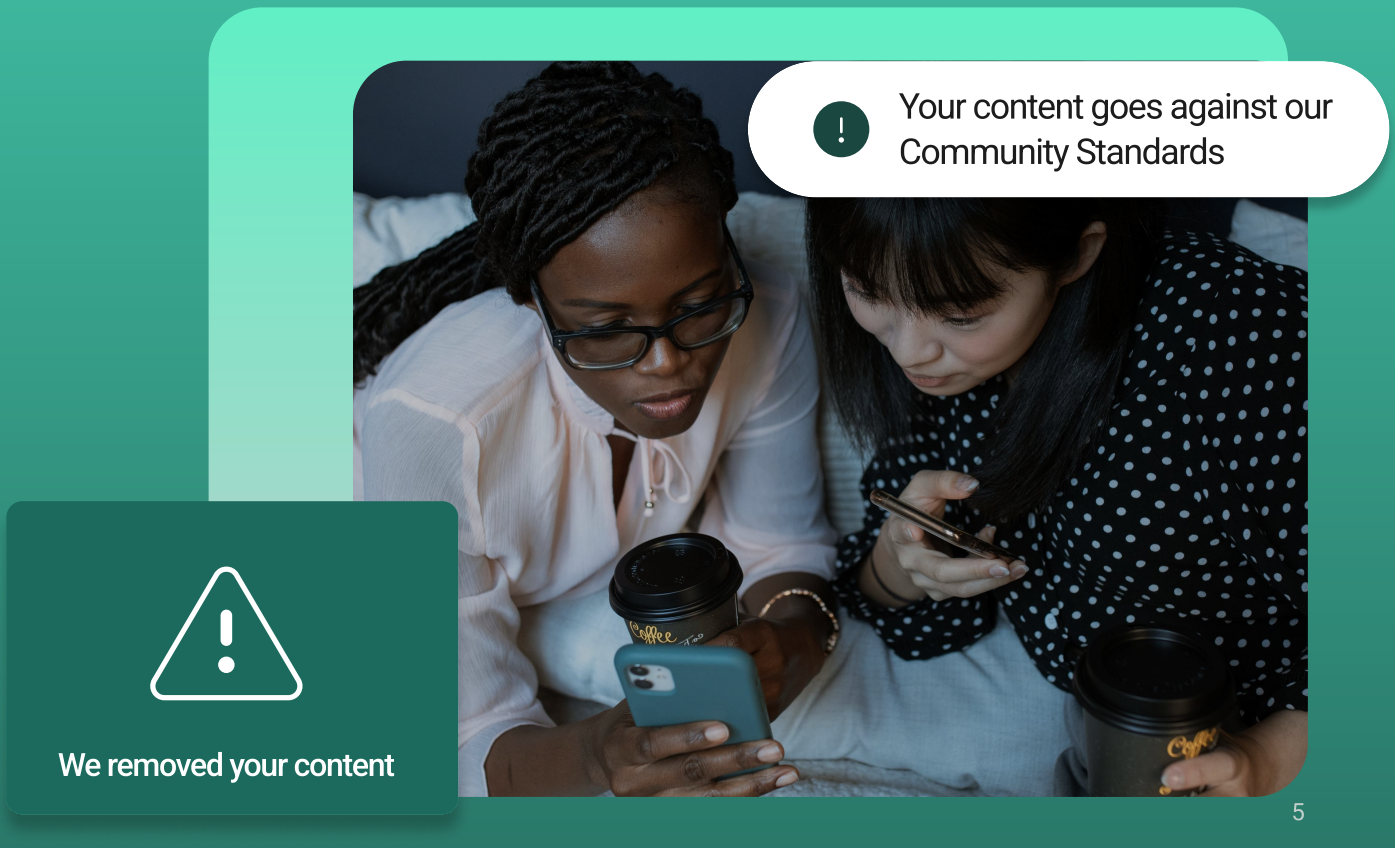
Zum ersten Mal haben wir einen Sonderbericht zu Betrug und Schwindel in unseren Transparenzbericht aufgenommen. Von April bis September 2026 war dies der Richtlinienbereich, in dem wir die meisten berechtigten Streitfälle erhielten. Durch künstliche Intelligenz ist es schwieriger denn je, Fakten von Fiktion zu unterscheiden. Beispiele reichen von Deepfake-„Liebesbetrug“ bis hin zu Kryptowährungsvideos, die Menschen dazu ermutigen, bösartigen Code aus ChatGPT zu kopieren. In Bezug auf Betrug und Schwindel, Hassreden und andere Bereiche glauben wir, dass unsere Entscheidungen dazu beitragen können, eine Heatmap von „systemischen Risiken“ in sozialen Medien zu erstellen, für die Plattformen Maßnahmen ergreifen müssen.

Wir haben auch Maßnahmen ergriffen, um die Erfahrung von Nutzern zu verbessern. Dazu gehört die Erstellung eines Leitfadens zur Unterstützung von Nutzern in sieben Sprachen, die Verkürzung unserer durchschnittlichen Bearbeitungszeit um zwei Wochen und die Möglichkeit für Nutzer, Plattformen das Rückgängigmachen ihrer ursprünglichen Entscheidung beim ersten Kontakt zu erlauben.

[1] Der hier abgedeckte Zeitraum (Oktober 2025 bis September 2026) überschneidet sich mit dem Zeitraum unseres letzten Transparenzberichts (April 2025 bis März 2026), da wir in diesem Bericht Daten für ein volles Jahr bereitstellen wollten.

Trotz einiger Fortschritte wird vielen Menschen jedoch immer noch die unabhängige Überprüfung verweigert, auf die sie Anspruch haben. Obwohl wir beispielsweise zwischen Oktober 2025 und September 2026 mehr als 850 Inhalte von Google angefordert haben, haben wir nur zwei Inhalte erhalten, die für die Überprüfung eines Streitfalls im Zusammenhang mit Google-Plattformen erforderlich sind, wenn die Inhalte nicht mehr öffentlich verfügbar sind. Zwar gab es einige Verbesserungen bei der Weitergabe von Inhalten für die Sperrung von Konten durch Meta, doch dies bleibt ein Bereich, in dem Nutzer oft nicht auf allen Plattformen Zugriff auf aussagekräftige Ergebnisse haben.

Plattformen müssen im Rahmen ihrer Verpflichtung, sich in gutem Glauben an diesem Prozess zu beteiligen, die Inhalte für jeden berechtigten Streitfall im Rahmen des DSA bereitstellen. Darüber hinaus sind außergerichtliche Streitbeilegungsentscheidungen zwar unverbindlich, es gibt jedoch eine schlechte Sichtbarkeit der Umsetzungsraten von Entscheidungen durch Plattformen. Das bedeutet, selbst wenn Inhalte weitergegeben werden und der Nutzer eine Entscheidung einer außergerichtlichen Streitbeilegungsstelle zu seinen Gunsten erhalten hat, ist unklar, inwieweit die Plattformen den nächsten Schritt unternehmen und diese Entscheidungen umsetzen. Derzeit läuft ein Prozess zur Festlegung von „bewährten Verfahren“ (Best Practices) für Artikel 21 des Gesetzes über digitale Dienste. Dieser Prozess wird von den nationalen Koordinatoren für digitale Dienste unter Beteiligung der Europäischen Kommission im Rahmen der Arbeitsgruppe 3 des DSA-Gremiums (DSA Board) geleitet.



Zusammenfassung

Von Oktober 2025 bis September 2026, Appeals Centre Europe:

- Wir haben **43.000 Streitfälle** von Personen und Organisationen in der EU erhalten, die sich gegen Entscheidungen von Social-Media-Plattformen richten
- Im Durchschnitt ist das **alle 12 Minuten** ein Streitfall

Über 19.600 dieser Streitfälle wurden wurden zunächst als berechtigt bewertet und zur Überprüfung vorgelegt

Bis Ende September 2026 hatten wir über **16.800 Entscheidungen** zu diesen Streitfällen getroffen:

- Bei den fast **5,000 Entscheidungen,** bei denen **wir den Inhalt überprüfen konnten,** stimmten wir der **Entscheidung der Plattform in 74 % der Fälle nicht zu**

In **12.000 Fällen,** trafen wir Verfahrensentscheidungen, da wir den Inhalt nicht unabhängig prüfen konnten:

- Bei **mehr als 10.000** dieser Entscheidungen haben wir die Inhalte nicht von der Plattform erhalten und e**ine Verfahrensentscheidung zugunsten des Nutzers getroffen**
- Bei **fast 2.000** dieser Entscheidungen stellten wir nach Überprüfung der von der Plattform bereitgestellten Informationen fest, dass der Nutzer keinen Anspruch auf Abhilfe gemäß Artikel 21 des Gesetzes über digitale Dienste hatte, und trafen eine **Verfahrensentscheidung zugunsten der Plattform**

Zusammenfassung

In Fällen, in denen Plattformen **Inhalte belassen haben** nachdem diese wegen Verstoßes gegen ihre Regeln gemeldet wurden...

...stimmten wir mit Plattformen in folgenden Fällen nicht überein: [2]

- **99%** der Fälle über **gewalttätige und explizite Inhalte**
- **92%** der Fälle über **gefährliche Organisationen**
- **91%** der Fälle über **Gewalt und Anstiftung**
- **86%** der Fälle über **Betrug und Schwindel**
- **82%** der Fälle über **Hassreden**

...und stimmten mit Plattformen in folgenden Fällen überein:

- **64%** der Fälle über **Werbestandards**
- **54%** der Fälle über **Fehlinformationen**

In Fällen, in denen Plattformen **Inhalte entfernt oder eingeschränkt haben** wegen Verstoßes gegen ihre Regeln...

...stimmten wir mit Plattformen in folgenden Fällen nicht überein:

- **60%** der Fälle über **Betrug und Schwindel**
- **51%** der Fälle über **eingeschränkte Waren und Dienstleistungen**

...und stimmten mit Plattformen in folgenden Fällen überein:

- **65%** der Fälle über **Hassreden**
- **57%** der Fälle über **Nacktheit von Erwachsenen**

In Fällen, in denen Plattformen **Konten gesperrt oder eingeschränkt haben** wegen Verstoßes gegen ihre Regeln...

...stimmten wir mit Plattformen in folgenden Fällen überein:

- **78%** der Fälle über **Nacktheit von Erwachsenen**
- **72%** der Fälle über **regulierte Waren und Dienstleistungen**
- **65%** der Fälle über **Betrug und Schwindel**

[2] Wir nehmen nur dann Richtlinienbereiche in diese Rankings auf, wenn (1) wir mehr als 30 Entscheidungen in diesem Bereich getroffen haben, nachdem wir den Inhalt überprüft haben, (2) wir Entscheidungen der Plattform in diesem Bereich mehr als 50 % der Zeit revidiert oder bestätigt haben und (3) der Bereich zu den Top-5-Richtlinienbereichen für Revisionen oder Bestätigungen für diesen Entscheidungstyp gehörte.

Top-5-Länder bei der Einreichung berechtigter Streitfälle (absolute Zahl):

1. Frankreich
2. Belgien
3. Spanien
4. Italien
5. Deutschland

Top-5-Länder bei der Einreichung berechtigter Streitfälle (pro Kopf):

1. Belgien
2. Malta
3. Zypern
4. Slowakei
5. Frankreich

Top-5-Richtlinienbereiche, die beim Appeals Centre eingereicht wurden:

1. Hassreden
2. Betrug und Schwindel
3. Kontosperrung oder -einschränkung
4. Nacktheit von Erwachsenen und sexuelle Inhalte
5. Ausbeutung und Missbrauch von Kindern

Von Oktober 2025 bis September 2026:

> Erhielten wir im September 2026 **3x mehr Streitfälle** als im Oktober 2025

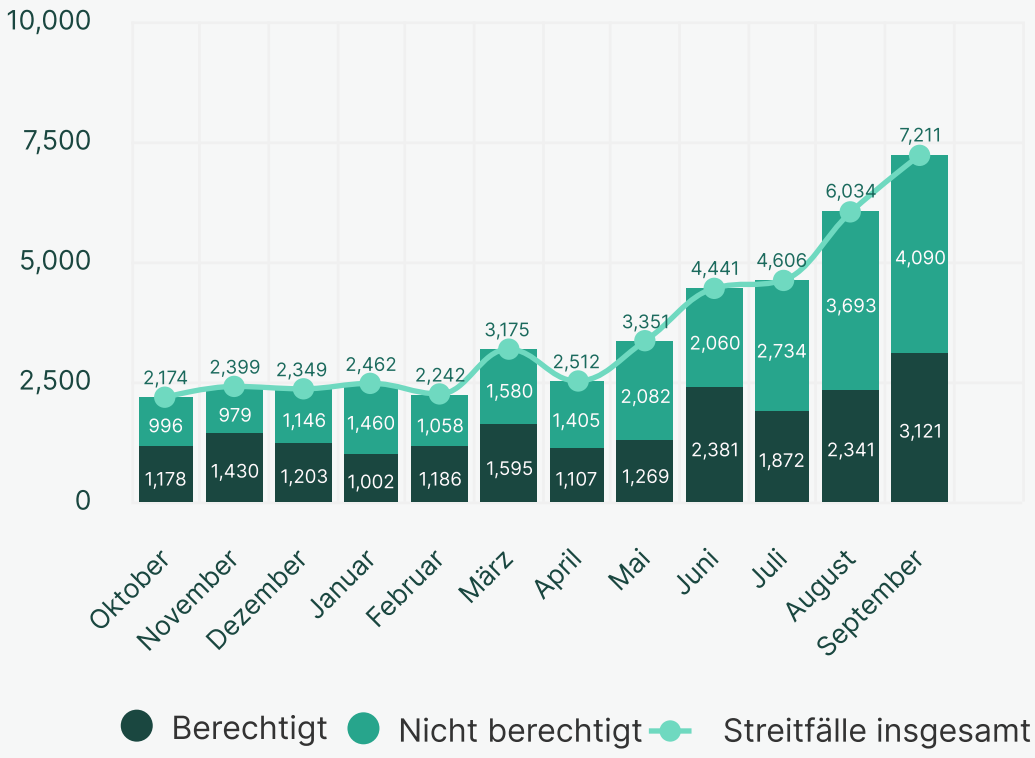
> Haben wir unsere Zuständigkeit auf neue Bereiche ausgeweitet, darunter **Google Maps, inhaltsbasierter Spam, sexuelle Ausbeutung von Kindern** und **Inhaltsbeschränkungen**

> Wurden wir vorgestellt im **Bericht des Europäischen Ausschusses für digitale Dienste** und der **Europäischen Kommission über systemische Risiken, in dem dargelegt wird,** wie Streitfälle solche Risiken identifizieren und mindern können

> Veröffentlichung eines **Leitfadens zur Unterstützung von Nutzern**, um Menschen zu helfen, ihre Rechte nach dem Gesetz über digitale Dienste zu verstehen

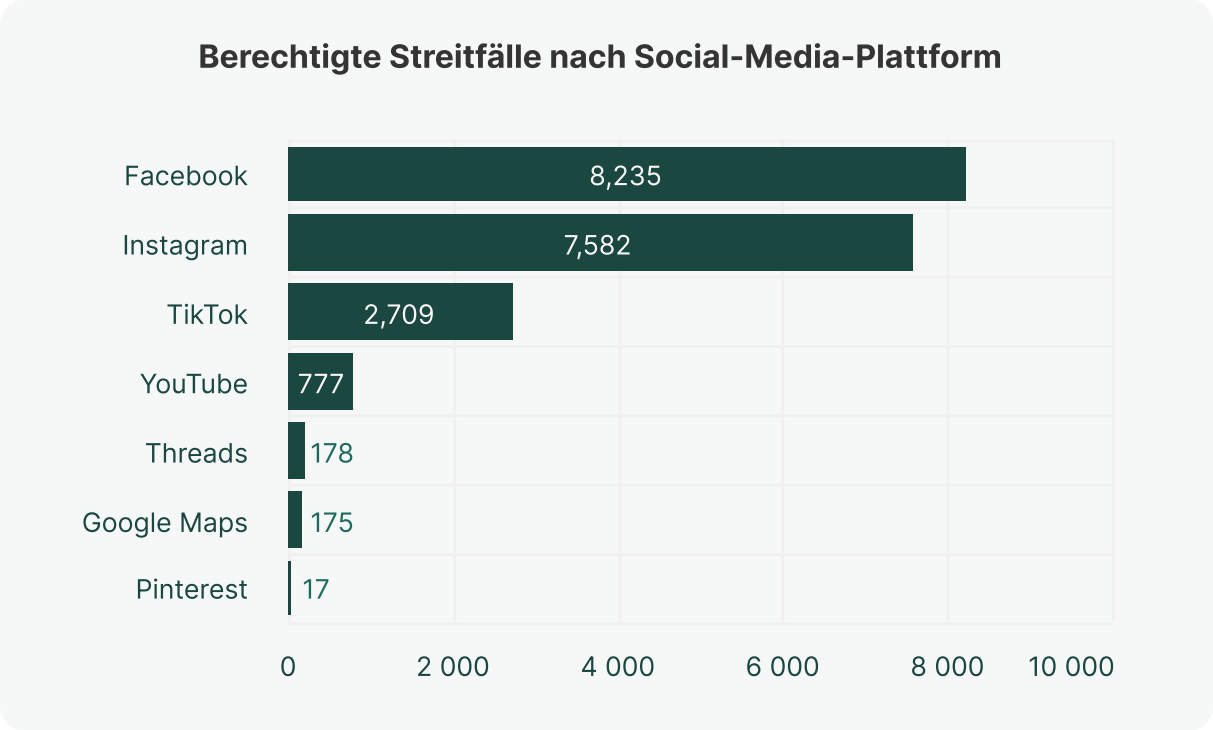
Übergreifende Statistiken

Von Oktober 2025 bis September 2026 eingegangene Streitfälle



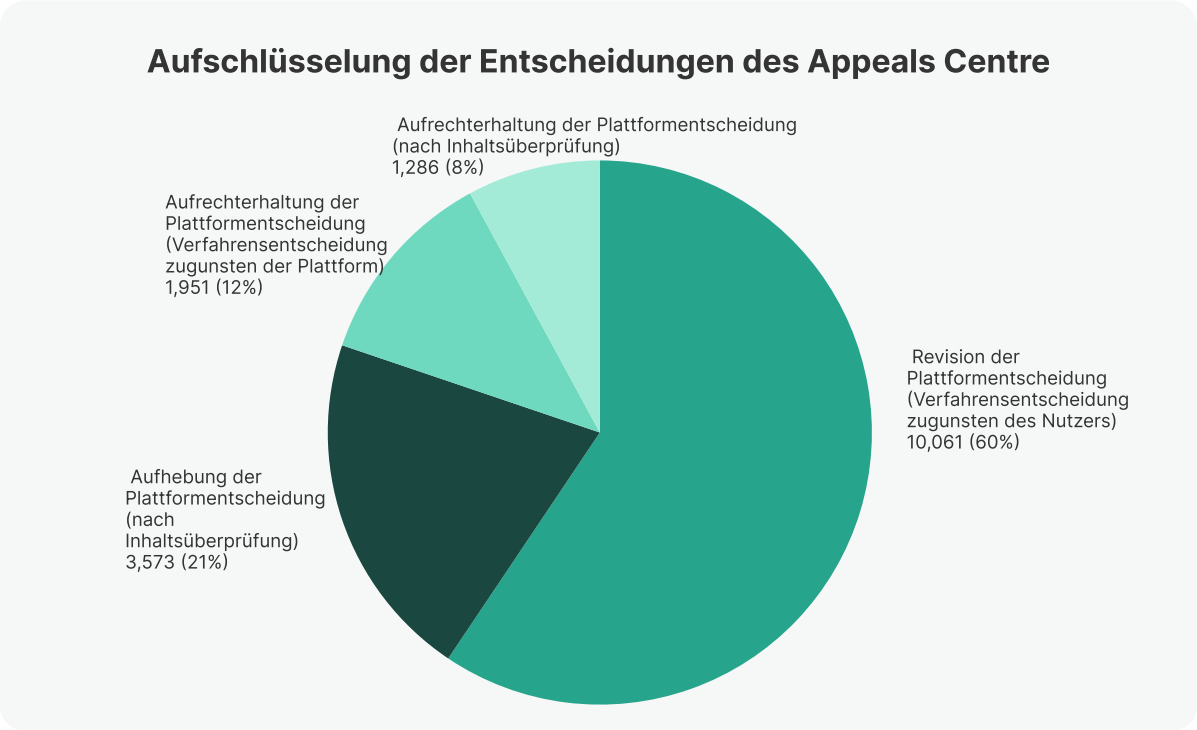
Von Oktober 2025 bis September 2026 erhielten wir 42.956 Streitfälle von Personen und Organisationen aus der gesamten EU, die eine Entscheidung einer Social-Media-Plattform anfechten wollten.[3] Wir stuften knapp die Hälfte davon (mehr als 19.600 Streitfälle) bei Erhalt als berechtigt ein.[4]
Von Mai bis September 2026 verzeichneten wir einen stetigen Anstieg der Anzahl der Streitfälle, die wir jeden Monat erhielten, von rund 3.300 im Mai auf 7.200 im September. Diese Entwicklung wurde durch unsere Arbeit unterstützt, Nutzer über die außergerichtliche Streitbeilegung und ihre neuen Rechte gemäß dem DSA zu informieren.

[3] Bitte beachten Sie, dass einige der Zahlen in der Grafik zu den eingegangenen Streitfällen abweichen von früheren Transparenzberichten. Da der Fallprüfungsprozess einen ständigen Austausch mit den Plattformen umfasst, kann dies dazu führen, dass Fälle im Laufe der Zeit eine neue Einstufung als berechtigt oder nicht berechtigt erhalten. Die Abweichungen zwischen den ausgewiesenen Zahlen sind gering.
[4] Berechtigte Fälle sind solche, die in unseren Zuständigkeitsbereich fallen und ausreichende Informationen zur Bearbeitung enthalten.



Von den 19.673 berechtigten Streitfällen, die wir von Oktober 2025 bis September 2026 erhielten, betrafen die meisten Facebook (mehr als 8.000 Streitfälle) und Instagram (mehr als 7.500 Streitfälle). Mehr als 2.700 berechtigte Streitfälle betrafen TikTok und mehr als 750 YouTube. Im August 2026 begannen wir, Streitfälle über Google Maps zu akzeptieren – im August erhielten wir rund 50 berechtigte Streitfälle, gefolgt von mehr als 125 Streitfällen im September. Aufgrund der geringen Anzahl von Streitfällen in Bezug auf Threads, Google Maps und Pinterest werden diese Daten in dem vorliegenden Bericht nicht weiter aufgeschlüsselt.

In fast der Hälfte (49 %) der berechtigten Streitfälle wollten Personen oder Organisationen ihr Konto wiederherstellen. In 14 % der berechtigten Streitfälle wollten Personen oder Organisationen ihre eigenen Inhalte wiederherstellen, während sie in weiteren 36 % der berechtigten Streitfälle wollten, dass die Plattform richtlinienverletzende Inhalte entfernt. Da nur 1 % der berechtigten Streitfälle von Nutzern stammten, die eine Seite oder Gruppe wiederherstellen wollten, werden diese Daten in dem vorliegenden Bericht nicht weiter aufgeschlüsselt.



Von Oktober 2025 bis September 2026 traf das Appeals Centre mehr als 16.800 Entscheidungen zu Streitfällen, die von Einzelpersonen und Organisationen in der gesamten EU eingereicht wurden. [5] Wir haben im Durchschnitt 47 Tage gebraucht, um diese Entscheidungen zu treffen. Dies ist 18 Tage schneller als die 65 Tage, die wir von April 2025 bis März 2026 gebraucht haben, wie in unserem letzten Transparenzbericht erwähnt.

Bei fast 5.000 Entscheidungen, bei denen wir den Inhalt erhalten und überprüft haben, haben wir die Entscheidung der Plattform in mehr als drei Vierteln (74 %) der Fälle revidiert. Diese Zahl ist 15 % höher als die Aufhebungsquote von 59 % in unserem letzten Transparenzbericht. Am ehesten haben wir Entscheidungen von YouTube (in 93 % der Fälle) aufgehoben, gefolgt von TikTok (77 %), Instagram (75 %) und Facebook (67 %). Hohe Aufhebungsquoten zeigen, dass Social-Media-Nutzer nicht automatisch davon ausgehen sollten, dass die Plattform es richtig gemacht hat, und dass es sich lohnt, die Entscheidung beim Appeals Centre für eine unabhängige Überprüfung einzureichen.

In den übrigen 12.000 Fällen trafen wir Verfahrensentscheidungen. Mehr als 10.000 davon waren Verfahrensentscheidungen zugunsten des Nutzers (früher „Standardentscheidungen“ genannt).

[5] Aufgrund von Rundungen ergeben die Prozentangaben in den Diagrammen möglicherweise nicht immer exakt 100 %.

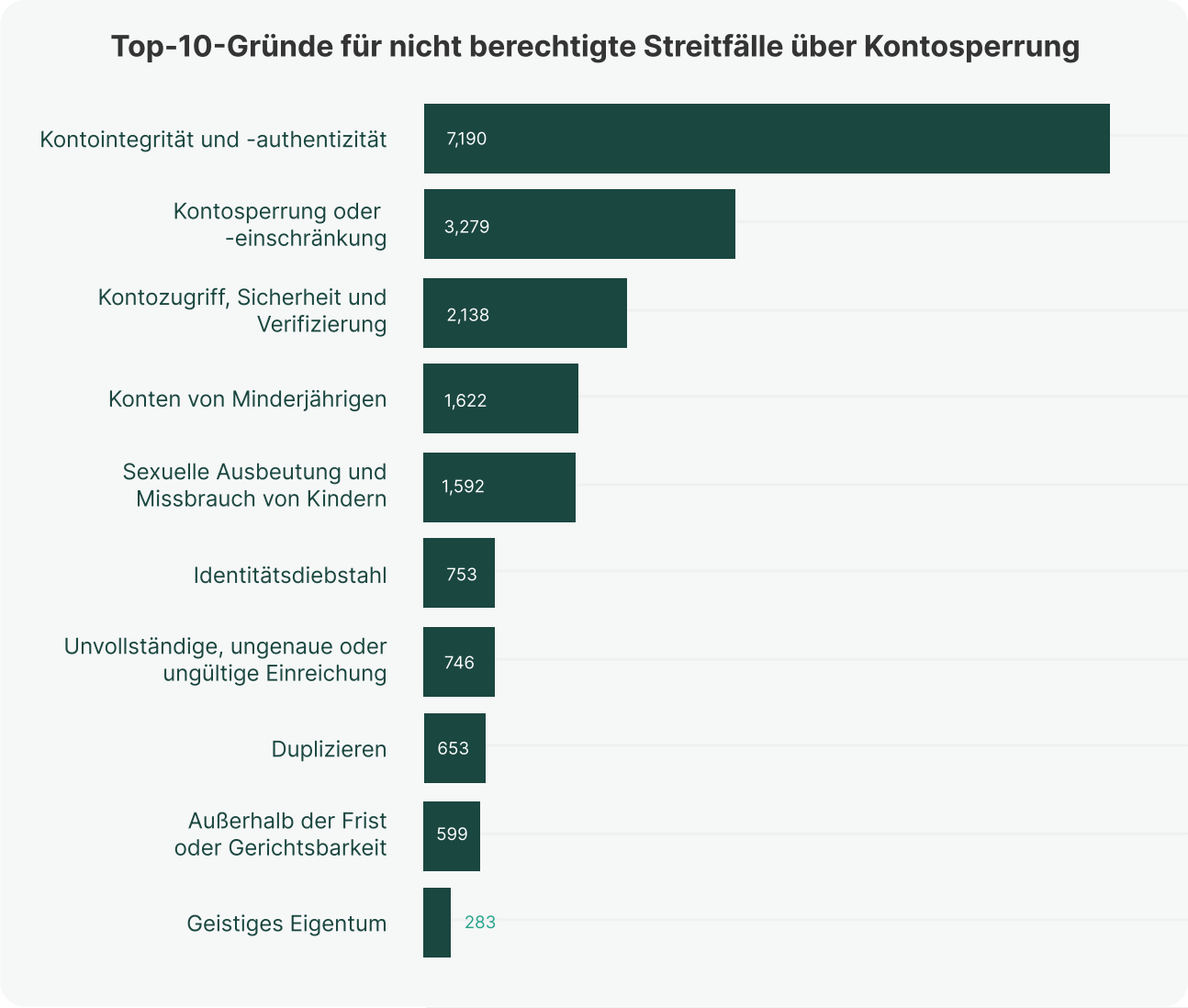
In den meisten Fällen bedeutet dies, dass die Plattform uns trotz der Berechtigung eines Streitfalls den Inhalt nicht zur Verfügung stellte und wir eine Verfahrensentscheidung zugunsten des Nutzers trafen. Die meisten davon waren Streitfälle über Kontosperrung, bei denen die Plattformen uns trotz einiger Fortschritte in den meisten Fällen immer noch nicht die Inhalte zur Verfügung stellen.

Die restlichen rund 2.000 Entscheidungen waren Verfahrensentscheidungen zugunsten der Plattform. Wir haben diese Arten von Entscheidungen ab Februar 2026 in Fällen getroffen, in denen wir auf der Grundlage der Einreichung des Nutzers zunächst der Ansicht waren, dass der Nutzer berechtigt war, sie zu überprüfen und möglicherweise zu beheben, später jedoch auf der Grundlage der von der Plattform bereitgestellten Materialien feststellten, dass der Fall nicht unter Artikel 21 des DSA fiel.

Obwohl dieser Bericht mehrere Beispiele für Fälle enthält, in denen Plattformen unsere Entscheidungen umgesetzt haben, erhalten wir immer noch keine konsistenten Daten darüber, ob Plattformen unsere Entscheidungen umgesetzt haben. Im Oktober 2026 erlaubten wir Personen und Organisationen, die Streitfälle einreichen, sich für die „erneute Überprüfung der Plattform“ zu entscheiden. Dies gibt der Plattform die Möglichkeit, ihre Entscheidung rückgängig zu machen (z. B. das Konto eines Benutzers wiederherzustellen oder rechtswidrige Inhalte zu entfernen), wenn wir sie zum ersten Mal über den Fall kontaktieren, und den Fehler zu beheben, ohne dass wir eine vollständige Überprüfung vornehmen.

Um mehr über Ihre Rechte im Rahmen des DSA in unserem Leitfaden zur Unterstützung von Nutzern zu erfahren, klicken Sie **hier**.

Die Plattform hat mein Konto gesperrt



Der Hauptgrund dafür, dass Streitfälle über Kontosperrung außerhalb unseres Zuständigkeitsbereichs lagen, war, dass sie mit der „Kontointegrität und -authentizität“ zusammenhingen. Die meisten dieser Streitfälle fielen nicht in unseren Zuständigkeitsbereich, da sie sich auf verhaltensbezogene Richtlinien[6] zur Kontointegrität bezogen, wie Cybersicherheit und Akteurnetzwerke (koordinierte Bots, die Konten erstellen). Dies deckt auch die Sperrung von verknüpften Konten ab (wenn das Facebook-Konto einer Person gesperrt wird, wird oft auch ihr Instagram-Konto gesperrt).

[6] Der Begriff „verhaltensbezogen“ bezieht sich auf die Art und Weise, wie sich ein Nutzer auf einer Plattform verhält (z. B. Bot-Aktivität, Account-Hacking). Da wir derzeit keinen Zugang zu zusätzlichen Informationen haben, die wir benötigen würden, um Entscheidungen über diese Arten von Fällen zu treffen, z. B. technische Informationen darüber, ob Nutzer mehrere Konten einrichten oder die Konten anderer Personen hacken), liegen diese Bereiche derzeit außerhalb unseres Zuständigkeitsbereichs.

An zweiter Stelle steht die „Kontosperrung oder -beschränkung“, die Fälle einschließen kann, in denen die Durchsetzungsmaßnahme rein verhaltensbezogen ist. An dritter Stelle steht „Kontozugriff, Sicherheit und Verifizierung“, wo Fragen im Zusammenhang mit dem Hacken von Konten behandelt werden. Auf Platz vier, fünf und sechs liegen „Konten von Minderjährigen“, „Sexuelle Ausbeutung und Missbrauch von Kindern“ und „Identitätsdiebstahl“. Auch wenn wir erwägen, uns in Zukunft auf einige dieser Bereiche auszuweiten, verfügen wir derzeit nicht über die technischen Mittel (wie die Überprüfung des Personalausweises, des Führerscheins oder des Reisepasses eines Nutzers), um festzustellen, ob ein Nutzer gegen die Plattformregeln in diesen Bereichen verstoßen hat.

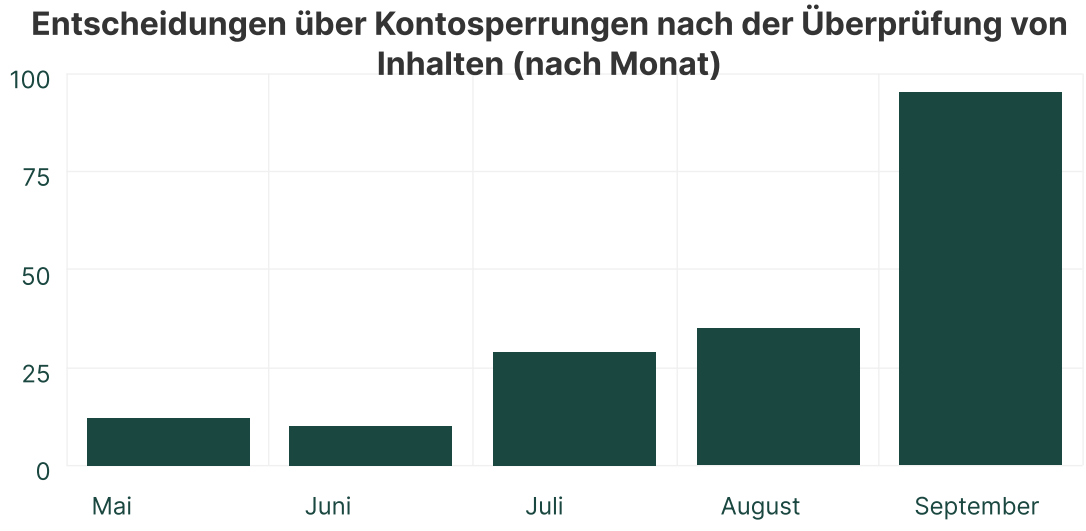
Berechtigte Streitfälle über Kontosperrung

Rund 9.600 Anfragen von Nutzern zur Überprüfung von Kontosperrungen fielen in unseren Zuständigkeitsbereich (85 % davon bezogen sich auf Facebook oder Instagram). Diese Nutzer wurden am ehesten wegen angeblicher Verstöße gegen die Plattformregeln zur Sperrung oder Einschränkung von Konten (2.619 Fälle) gesperrt, gefolgt von Ausbeutung und Missbrauch von Kindern (1.424 Fälle), Betrug und Schwindel (1.198 Fälle), Nacktheit von Erwachsenen und sexuellen Inhalten (1.034 Fälle) oder Inhaltsbeschränkungen, z. B. die Einschränkung eines Kontos, damit es kein Geld verdienen kann (512 Fälle)

.

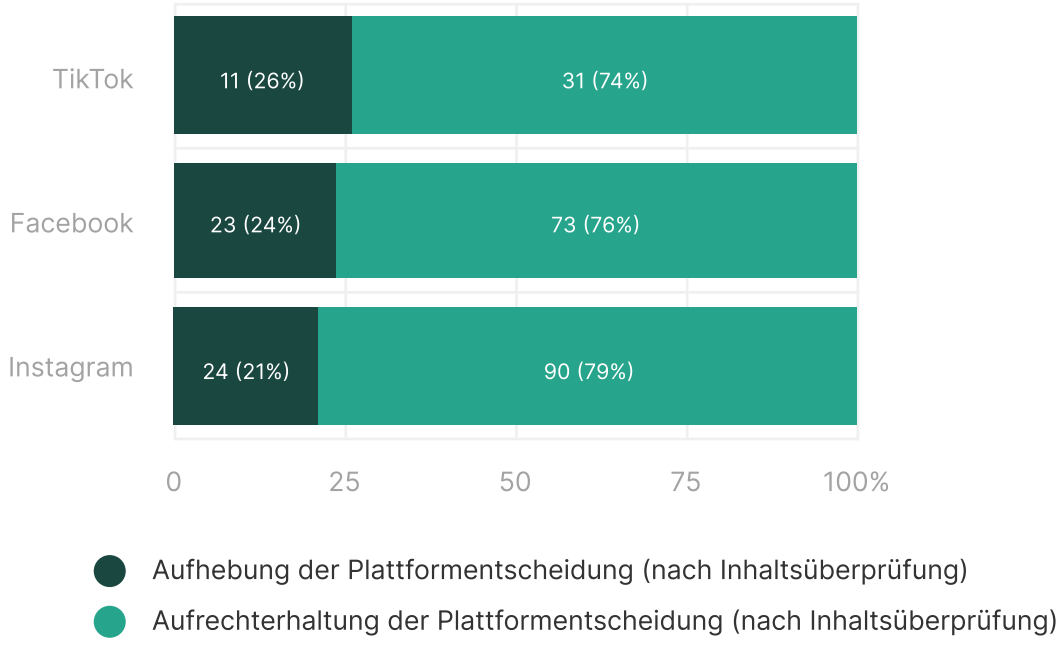
Von Oktober 2025 bis September 2026 haben wir 8.545 Entscheidungen zu Streitfällen über Kontosperrung getroffen. In 6.442 Fällen haben wir die Inhalte nicht von der Plattform erhalten und eine Verfahrensentscheidung zugunsten des Nutzers getroffen. In weiteren 1.848 haben wir eine Verfahrensentscheidung zugunsten der Plattform getroffen, nachdem wir nach der Antwort der Plattform entschieden haben, dass sie nicht in den Zuständigkeitsbereich von Artikel 21 des DSA fielen.

Wir haben die restlichen 255 Entscheidungen getroffen, nachdem wir die Inhalte von der Plattform erhalten haben. Diese Zahl ist zwar nach wie vor niedrig, entspricht jedoch einem Anstieg von 80 % gegenüber den 142 Kontoentscheidungen, die wir von April 2025 bis März 2026 nach Erhalt der Inhalte getroffen haben.



In den letzten Monaten ist die Anzahl der Entscheidungen über Kontosperrungen, die wir nach Erhalt der Inhalte getroffen haben, von etwa 10 pro Monat im Mai und Juni auf etwa 30 bis 35 pro Monat im Juli und August und fast 100 im September gestiegen. Dies wurde dadurch verursacht, dass Meta mehr Inhalte im Zusammenhang mit der Sperrung von Facebook- und Instagram-Konten bereitgestellt hat. Dies ist zwar ein Schritt in die richtige Richtung, aber Meta muss die Inhalte für jeden Fall einer Kontosperrung bereitstellen, der von Personen aus der gesamten EU eingereicht wird.

Entscheidungen über Kontosperrungen nach der Überprüfung von Inhalten (nach Monat)



Wir haben die Entscheidungen von Plattformen, Konten zu sperren, in etwa einem Viertel (23 %) der Fälle revidiert, in denen wir den Inhalt überprüft haben. Dies war auf allen Plattformen konsistent, mit einer Aufhebungsquote von 21 % für Instagram, 24 % für Facebook und 26 % für TikTok.

Auf allen Plattformen haben wir von den Richtlinienbereichen, in denen wir mindestens 30 Entscheidungen nach der Überprüfung der Inhalte getroffen haben, am ehesten die Entscheidung einer Plattform bestätigt, ein Konto zu sperren oder einzuschränken, weil es gegen die Regeln für Nacktheit von Erwachsenen (78 %), regulierte Waren und Dienstleistungen (72 %) sowie Betrug und Schwindel (65 %) verstößt.

Probleme beim Teilen von Inhalten bleiben bestehen

Wenn wir einen berechtigten Streitfall über eine Kontosperrung erhalten, bitten wir die Plattform um den letzten Inhalt dieses Kontos, der angeblich gegen die Regeln verstoßen hat. Trotz der Fortschritte in den letzten Monaten stellen die Plattformen dies jedoch in den meisten Fällen immer noch nicht bereit. Wir erhalten oft Nachrichten von frustrierten Nutzern, die ganz verständlicherweise das Gefühl haben, dass dieser Prozess nicht ihre Erwartungen erfüllt.

Eine Lösung wird derzeit im Rahmen eines Best-Practice-Empfehlungsprozesses erarbeitet. In der Zwischenzeit sind die Plattformen jedoch weiterhin verpflichtet, die betreffenden Inhalte bereitzustellen. Wir fordern die Plattformen nachdrücklich auf, für jeden berechtigten Fall Inhalte bereitzustellen, damit die Nutzer ihr Recht auf unabhängige Überprüfung im Rahmen des DSA wahrnehmen können.



Fallstudie: Legitimes italienisches Unternehmen von Instagram gesperrt

Ein Instagram-Nutzer in Italien reichte beim Appeals Centre einen Streitfall ein, nachdem sein Konto wegen Verstoßes gegen die Regeln von Meta für Fälschungen und nicht authentische Produkte gesperrt worden war. Der Nutzer sagte, dass sein Konto ein Geschäft in Süditalien repräsentierte, das eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer hatte. Meta stellte den Inhalt zur Verfügung, der einen Beitrag mit Werbung für eine zu verkaufende Designer-Handtasche zeigte. Es gab keine Hinweise darauf, dass die Produkte gefälscht waren, und die Website des Unternehmens schien ein echtes Geschäft zu sein, das authentische Waren verkaufte. Wir revidierten die Entscheidung von Meta und empfahlen, die Sperrung aus dem Instagram-Konto des Nutzers zu entfernen. Nachdem wir unsere Entscheidung getroffen hatten, sagte Meta, dass sie den Inhalt überprüft hätten und immer noch glaubten, dass er gegen ihre Regeln verstoße.

Fallstudie: Bestätigung der Entscheidung von Meta, Nutzer wegen antimuslimischen Hasses zu sperren

Ein Nutzer in Deutschland reichte einen Streitfall ein, nachdem Meta sein Instagram-Konto wegen hasserfüllten Verhaltens gesperrt hatte. Meta stellte das Video zur Verfügung, das eine Frau zeigte, die sagt, dass sie, wenn sie von Vergewaltigung hört, davon ausgeht, dass der Täter ein Muslim ist. Dann spuckt sie in die Kamera. Wir haben entschieden, dass das Video gegen die Richtlinie zu hasserfülltem Verhalten von Meta verstößt, und haben die Entscheidung von Meta bestätigt, das Instagram-Konto des Nutzers zu sperren.

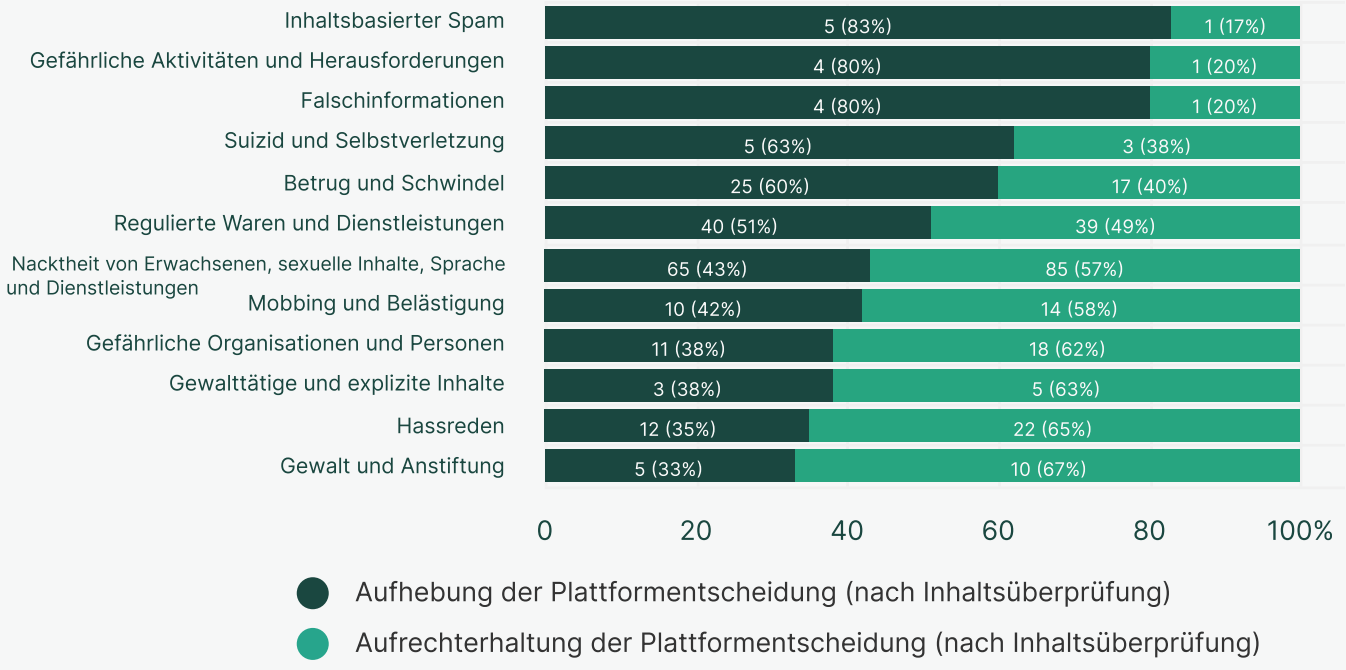
Die Plattform hat meine Inhalte entfernt oder eingeschränkt

Von Nachrichtenberichten bis hin zu Satire haben wir erneut Hunderte von Beiträgen gesehen, die zu Unrecht entfernt oder eingeschränkt wurden.

Von Oktober 2025 bis September 2026 haben wir rund 2.800 berechtigte Streitfälle von Personen erhalten, deren Inhalte wegen eines angeblichen Verstoßes gegen die Plattformrichtlinien entfernt oder eingeschränkt wurden. Die drei wichtigsten Richtlinienbereiche, in denen wir berechtigte Streitfälle erhielten, waren Nacktheit von Erwachsenen und sexuelle Inhalte, Inhaltsbeschränkungen sowie regulierte Waren und Dienstleistungen.

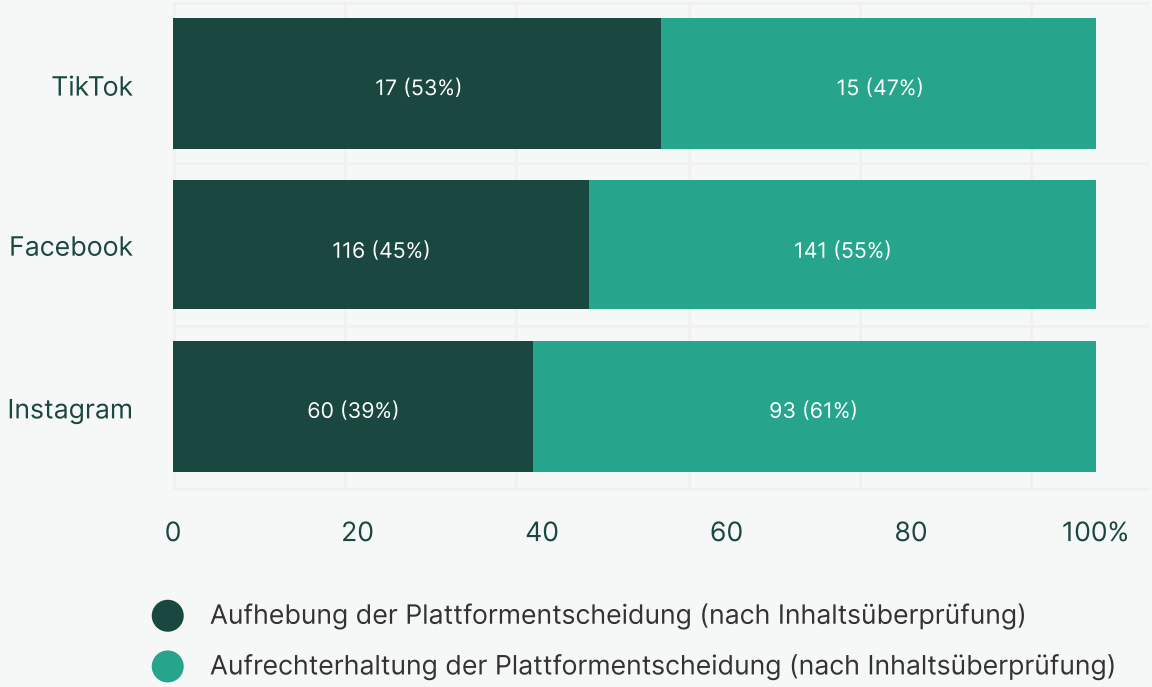
In diesem Zeitraum trafen wir mehr als 2.200 Entscheidungen über Inhalte, die entfernt oder eingeschränkt wurden. In drei Vierteln davon hat uns die Plattform die Inhalte nicht zur Verfügung gestellt, was dazu geführt hat, dass wir eine Verfahrensentscheidung zugunsten des Nutzers getroffen haben. In weiteren 78 Fällen haben wir eine Verfahrensentscheidung zugunsten der Plattform getroffen, nachdem wir nach der Antwort der Plattform festgestellt hatten, dass der Nutzer keinen Anspruch auf Abhilfe nach Artikel 21 des DSA hatte. In den fast 450 verbleibenden Fällen, in denen die Plattform den Inhalt mit uns geteilt hat, haben wir die Entscheidung der Plattform in 44 % der Fälle revidiert.

Entscheidungen, bei denen die Plattform die Inhalte eines Nutzers entfernt oder eingeschränkt hat (Nach Richtlinienbereich)



Von den Richtlinienbereichen, in denen wir mindestens 30 Entscheidungen nach der Überprüfung der Inhalte getroffen haben, haben wir am ehesten die Entscheidung einer Plattform revidiert, Inhalte im Rahmen ihrer Richtlinie zu Betrug und Schwindel zu entfernen oder einzuschränken (60 % der Fälle), gefolgt von regulierten Waren und Dienstleistungen (51 %). Am ehesten bestätigten wir die Entscheidung einer Plattform in Fällen, in denen Inhalte entfernt oder eingeschränkt wurden, weil sie gegen ihre Regeln zu Hassreden (65 %) und Nacktheit von Erwachsenen (57 %) verstoßen hatten.

Entscheidungen, bei denen die Plattform die Inhalte eines Nutzers entfernt oder eingeschränkt hat (Nach Plattform)



In Fällen, in denen die Plattform Inhalte einschränkte oder entfernte und wir den Inhalt überprüfen konnten, revidierten wir die Entscheidungen von TikTok in etwas mehr als der Hälfte der Fälle (bei 53 % der Entscheidungen). Bei Facebook waren es 45 % und bei Instagram 39 %.

Fallstudie: Ketchup-Satire fälschlicherweise als selbstschädigender Inhalt entfernt

Ein Facebook-Nutzer in Frankreich schickte einen Streitfall an das Appeals Centre, nachdem ein von ihm gepostetes Bild entfernt worden war, weil es angeblich gegen die Regeln von Meta zu Selbstmord und Selbstverletzung verstoßen hatte. Der Nutzer behauptete, dass es sich um einen technischen Fehler der automatisierten Systeme von Meta handelte. Meta stellte uns den Inhalt zur Verfügung, der ein Ketchup-Paket zeigte, das auf dem Boden platzte und dem der Benutzer Stäbchenarme und eine Miniaturpistole hinzugefügt hatte. Die Bildbeschreibung über dem Beitrag lautete „Rip...XD“, was ein lachendes Gesicht darstellt. Wir revidierten die Entscheidung von Meta, den Inhalt zu entfernen, und merkten an, dass das Unternehmen den Inhalt auf Personen ab 18 Jahren beschränken könnte. Nachdem wir unsere Entscheidung an den Nutzer und die Plattform gesendet hatten, stellte Meta das Bild auf Facebook wieder her.

Fallstudie: Bestätigung der Entfernung von Video mit faschistischem Lied durch TikTok

Ein TikTok-Nutzer in Italien reichte einen Streitfall ein, nachdem sein Video als Hassrede entfernt worden war. TikTok stellte uns den Inhalt zur Verfügung. Das Video zeigte eine Frau, die sich schminkt, während das Lied „Faccetta Nera“ im Hintergrund spielt. „Faccetta Nera“ (was „kleines schwarzes Gesicht“ bedeutet) ist ein rassistisches Symbol der faschistischen Mussolini-Ära, das immer noch verwendet wird, um marginalisierten Menschen, insbesondere schwarzen Frauen, zu schaden. Da das Video die Regeln von TikTok zur Unterstützung oder Verbreitung hasserfüllter Ideologien, einschließlich Symbolen und Bildern, die mit hasserfüllten Bewegungen verbunden sind, verletzte, bestätigten wir die Entscheidung von TikTok, es zu entfernen. Unsere Entscheidung übermittelten wir an den Nutzer und die Plattform.

Die Plattform hat potenziell schädliche Inhalte online belassen

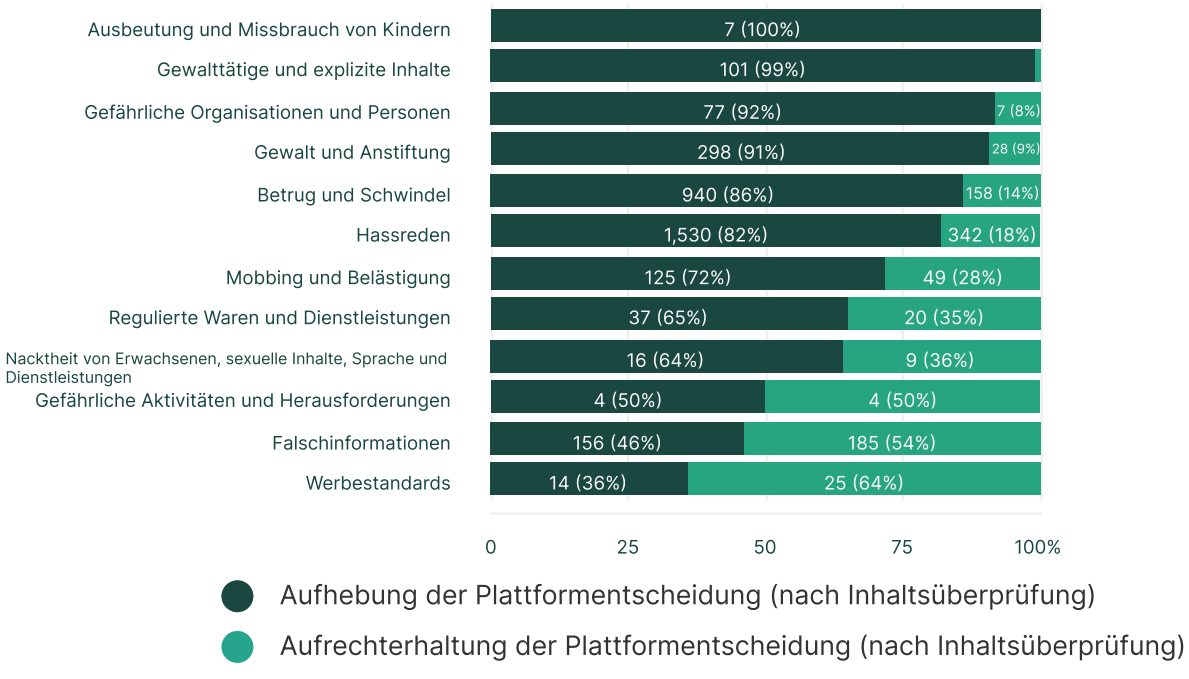
Hass, Belästigung und andere Arten von verletzenden Inhalten haben reale Konsequenzen. Das Appeals Centre hat viele tausend Streitfälle über solche Inhalte erhalten, darunter antisemitische, islamfeindliche, frauenfeindliche, rassistische, fremdenfeindliche, gegen Roma gerichtete, homophobe und transphobe Angriffe auf Personen und Gemeinschaften.

Von Oktober 2025 bis September 2026 erhielten wir über 7.000 berechtigte Streitfälle über potenziell verletzende Inhalte, die auf Social-Media-Plattformen belassen wurden. Die drei wichtigsten Richtlinienbereiche, in denen wir berechtigte Streitfälle erhielten, waren Hassreden, Betrug und Schwindel sowie Gewalt und Anstiftung.

Bis Ende September 2026 hatten wir mehr als 5.900 Entscheidungen zu diesen berechtigten Fällen getroffen.

In rund 1.750 dieser Fälle stellte uns die Plattform den Inhalt nicht zur Verfügung, was dazu führte, dass wir eine Verfahrensentscheidung zugunsten des Nutzers trafen. In den übrigen mehr als 4.100 Fällen, in denen wir den fraglichen Inhalt überprüft haben, haben wir die Entscheidung der Plattform in 80 % der Fälle revidiert (ein Anstieg von 17 % seit unserem letzten Transparenzbericht). Dies ist die höchste Aufhebungsquote aller Streitfallarten.

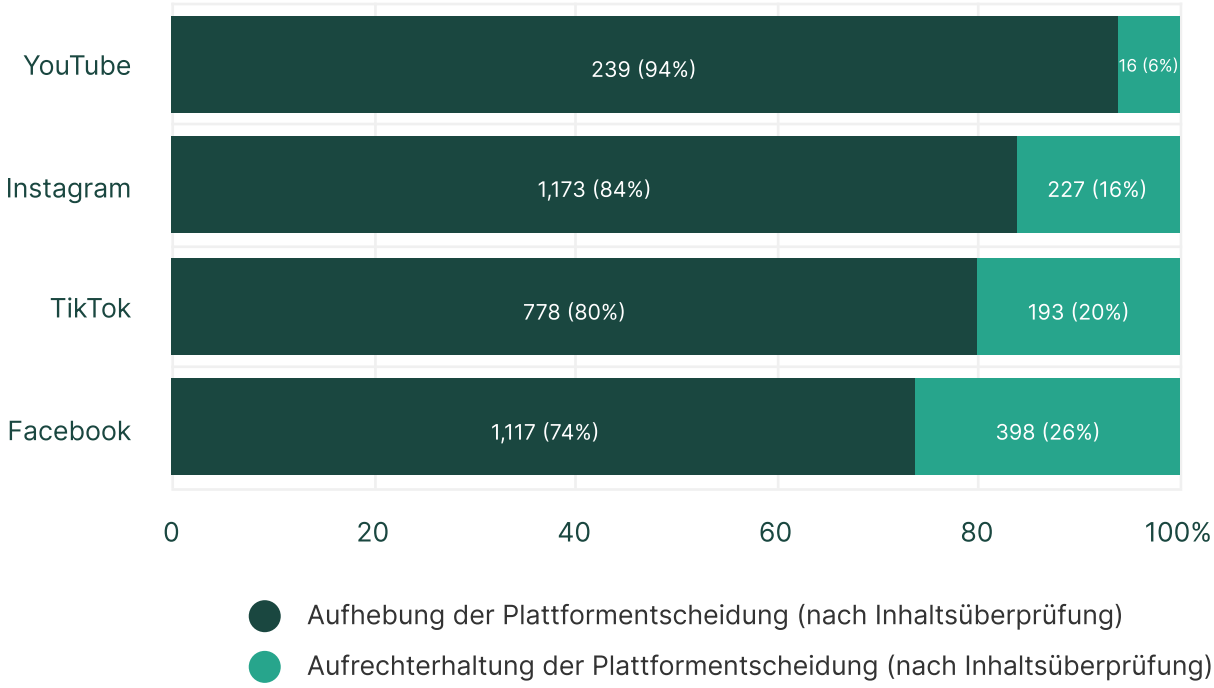
Entscheidungen, bei denen die Plattform Inhalte online belassen hat (nach Richtlinienbereich)



Von den Richtlinienbereichen, in denen wir mindestens 30 Entscheidungen nach der Überprüfung der Inhalte getroffen haben, haben wir am ehesten die Entscheidung einer Plattform revidiert, von Nutzern wegen Verstoßes gegen ihre Regeln für gewalttätige und explizite Inhalte gemeldete Inhalte zu belassen (was wir in 99 % der Fälle getan haben), gefolgt von gefährlichen Organisationen und Einzelpersonen (92 %), Gewalt und Anstiftung (91 %), Betrug und Schwindel (86 %) und Hassreden (82 %). Die hohen Aufhebungsquoten in diesen Richtlinienbereichen, von denen viele schwerwiegende reale Auswirkungen haben, sind besorgniserregend und werfen die Frage auf, wie effektiv Plattformen diese Richtlinien umsetzen. Es ist auch besorgniserregend, dass in vielen Fällen, in denen wir die Entscheidungen der Plattformen, schädliche Inhalte zu belassen, revidiert haben (einschließlich mehrerer Fallstudien in diesem Bericht), die Inhalte immer noch online sind.

Von den Richtlinienbereichen, in denen wir mindestens 30 Entscheidungen nach der Überprüfung der Inhalte getroffen haben, haben wir am ehesten die Entscheidungen von Plattformen bestätigt, von Nutzern wegen Verstoßes gegen ihre Regeln zu Werbestandards (64 %) und Fehlinformationen (54 %) gemeldete Inhalte zu belassen.

Entscheidungen, bei denen die Plattform Inhalte online belassen hat (nach Plattform)



Bei allen Plattformen revidierten wir ihre Entscheidungen, potenziell schädliche Inhalte online zu lassen, in mindestens drei Vierteln der Fälle, wenn nicht sogar noch häufiger. Über alle Richtlinienarten hinweg haben wir am ehesten solche Entscheidungen von YouTube revidiert (94 % der Fälle, in denen wir den Inhalt überprüft haben), gefolgt von Instagram (84 %), TikTok (80 %) und Facebook (74 %).

Fallstudie: KI-generiertes Facebook-Video, das erstellt wurde, um sein Ziel zu schikanieren

Eine Person in Belgien reichte beim Appeals Centre einen Streitfall über ein KI-generiertes Video auf Facebook ein, in dem ein tanzender Affe mit ihrem Gesicht überlagert war. Sie behauptete, dass jemand ihr Profilbild verwendet hatte, um das Video zu erstellen. Wir haben entschieden, dass das Video gegen die Regeln von Meta zum Thema Mobbing verstößt. Unsere Entscheidung übermittelten wir dann an den Nutzer, der den Inhalt gemeldet hat, und an die Plattform.

Fallstudie: Bestätigung der Entscheidung von Meta, den Beitrag über schwedische Politiker zu belassen

Ein Nutzer in Schweden reichte einen Streitfall über einen Beitrag ein, der auf Facebook belassen worden war. Der Beitrag teilte ein Video von Interviews mit schwedischen sozialdemokratischen Politikern, darunter die ehemalige Ministerpräsidentin Magdalena Andersson, mit einer Textüberlagerung, in der behauptet wird, dass die Sozialdemokraten zwar sagen, dass die Menschen aus Gründen der Integration umziehen müssen, aber nicht, wer umziehen soll. Eine Bildbeschreibung über dem geteilten Beitrag nannte die Sozialdemokraten widerliche Heuchler und Verräter. Wir haben den Inhalt überprüft und entschieden, dass die Beleidigungen in der Bildbeschreibung kein Mobbing nach den Regeln von Meta darstellten, da es sich bei den Zielen um Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens handelte. Wir bestätigten die Entscheidung von Meta, den Beitrag zu belassen, und übermittelten unsere Entscheidung an die Plattform und den Nutzer, der den Inhalt gemeldet hatte.

Da die Menschen immer mehr Zeit online verbringen, folgen Betrüger diesem Beispiel. Betrüger nutzen oft das Vertrauen der Menschen aus und geben sich als Autoritätspersonen aus, um Nutzer zu täuschen. Und da künstliche Intelligenz die Erstellung von Deepfakes auf Knopfdruck ermöglicht, wird es immer schwieriger, Fakten von Fiktion zu unterscheiden.

Social Media bietet Betrügern die perfekte Gelegenheit, ihre Botschaft schnell an eine große Anzahl von Menschen zu verbreiten. Eine Studie des Austrian E-Commerce Trust Mark, die im Bericht „Sponsored by Scammers" der europäischen Verbraucherorganisation BEUC zitiert wird, ergab, dass mehr als die Hälfte (54,7 %) der Befragten angaben, betrügerische oder verdächtige Anzeigen auf Plattformen wie Facebook, Instagram und TikTok gesehen zu haben.[7]

Welche Arten von Betrug haben wir bisher gesehen?

Im September 2025 haben wir begonnen, Streitfälle von Nutzern über Betrug und Schwindel in sozialen Medien zu akzeptieren. Seitdem hat sich dieser Bereich schnell zu einem unserer größten Bereiche für Streitfälle entwickelt. In den sechs Monaten von April bis September 2026 erhielten wir mehr berechtigte Fälle über Betrug und Schwindel als in jedem anderen Richtlinienbereich. In den 12 Monaten bis September 2026 war Betrug und Schwindel außerdem nach Hassreden der Bereich, in dem wir die zweithöchste Anzahl an berechtigten Streitfällen erhielten.

> **„Von April bis September 2026 erhielten wir mehr berechtigte Fälle über Betrug und Schwindel als in jedem anderen Richtlinienbereich."**

Wir haben Fälle über irreführende Kryptowährungssysteme, Kredit- und Investitionsangebote, „schnell reich werden"-Systeme und Liebesbetrug erhalten. Oft sind Social-Media-Betrügereien ein Aufhänger, um potenzielle Opfer zu fangen, die dann an anderer Stelle ausgenutzt werden. Dies könnte bedeuten, dass Betrüger sie Geld überweisen, bösartigen Code kopieren oder das Gespräch auf Direktnachrichten umstellen lassen, wo sie möglicherweise leichter beeinflusst werden können. Im Folgenden haben wir Fallstudien aus der gesamten EU zu Entscheidungen aufgenommen, die wir im Zusammenhang mit Betrug und Schwindel getroffen haben.

[7] Austrian E-Commerce Trust Mark, „Von betrügerischer Online-Werbung umgeben: Zumindest jede zweite Person in Österreich betroffen", www.guetezeichen.at/blog-detail/betruegerische-online-werbung-jeder-zweite-betroffen / (abgerufen am 19. Oktober 2026).

Fallstudie: Deepfake Moldawischer Experte verspricht 2000 % Rendite

International Media Support (IMS) reichte einen Streitfall über ein Facebook-Video ein, von dem das Unternehmen behauptete, dass es gegen die Richtlinien von Meta zu Betrug und Schwindel verstößt. Das Video zeigte ein KI-generiertes Deepfake von Veaceslav Ioniță, einem Wirtschaftsexperten aus Moldawien, der ein „schnell reich werden"-System bewirbt, das Moldawiern eine Rendite von 2.000 % auf ihre Investition garantiert. Das Video ermutigt Menschen, auf eine Website zu gehen, um kostenlose Beratung zu erhalten. Wir entschieden, dass der Inhalt gegen die Regeln von Meta zu Betrug und Schwindel verstößt, und revidierten die Entscheidung, ihn zu belassen. Unsere Entscheidung übermittelten wir an IMS und Meta.

Fallstudie: Französische Betrugsanzeige auf Facebook

Die gemeinnützige Organisation Vigilia Tech reichte beim Appeals Centre einen Streitfall über eine Facebook-Anzeige ein, die für ein betrügerisches Finanzsystem wirbt. Die Anzeige zeigte ein KI-generiertes Video mit der Überschrift „Banks said no? Even if you're unemployed, we say yes." Bei der Überprüfung des Inhalts stellten wir fest, dass kein legitimes Finanzinstitut jemals die Genehmigung eines Kredits für Personen garantieren würde, die kein festes Einkommen haben. Legitime Finanzinstitute, die in Frankreich tätig sind, sind außerdem gesetzlich verpflichtet, bestimmte Informationen anzuzeigen, die in dieser Anzeige nicht enthalten waren. Wir haben entschieden, dass der Beitrag gegen die Regeln von Meta verstößt, die „Kreditangebote, die eine Genehmigung ohne Angabe von Standardgenehmigungskriterien garantieren", verbieten.

Fallstudie: YouTube-Kryptowährungsbetrug mit verdächtigem ChatGPT-Code

Eine Person in Portugal reichte einen Streitfall über einen potenziellen Kryptowährungsbetrug auf YouTube ein. Das Video behauptet, dass die Investition von 10 Ethereum (einer Kryptowährung) täglich 1,3 bis 2,6 Ethereum generieren könnte. Es weist Nutzer an, über den Link in der Videobeschreibung den Quellcode von ChatGPT zu kopieren. Dies wird es dem Betrüger wahrscheinlich ermöglichen, die Kryptowährung des Nutzers zu stehlen. Wir entschieden, dass das Video gegen die Betrugsrichtlinie von YouTube verstößt, und übermittelten unsere Entscheidung an YouTube und die Person, die das Video gemeldet hat.

Fallstudie: KI-generierter Liebesbetrug auf TikTok

Die gemeinnützige Organisation Vigilia Tech reichte einen Streitfall über ein KI-generiertes Deepfake auf TikTok ein. Das Video zeigte eine Frau, die auf Rumänisch sprach und sagte, dass sie keine Affäre wollte, sondern eine ernsthafte Beziehung. Als wir das Konto überprüften, auf dem das Video gepostet wurde, stellten wir fest, dass dieses Video Teil eines umfassenderen Programms war, bei dem KI-generierte Charaktere verwendet wurden, um Opfer in Beziehungen zu drängen. Die Tatsache, dass das Konto eine internationale Bankkontonummer (IBAN) in seiner Biografie hatte, war ein starkes Indiz dafür, dass es darauf abzielte, Menschen zu betrügen. Wir haben entschieden, dass das Video gegen die Richtlinie zu Betrug und Schwindel von TikTok verstößt, die Folgendes verbietet: „jeden Versuch, Menschen zu betrügen oder auszutricksen. Dazu gehört die Unterstützung von finanziellen Betrügereien, die Nachahmung einer Berühmtheit, um etwas zu verkaufen oder mit Nutzern zu kommunizieren, oder Betrug jeglicher Art."

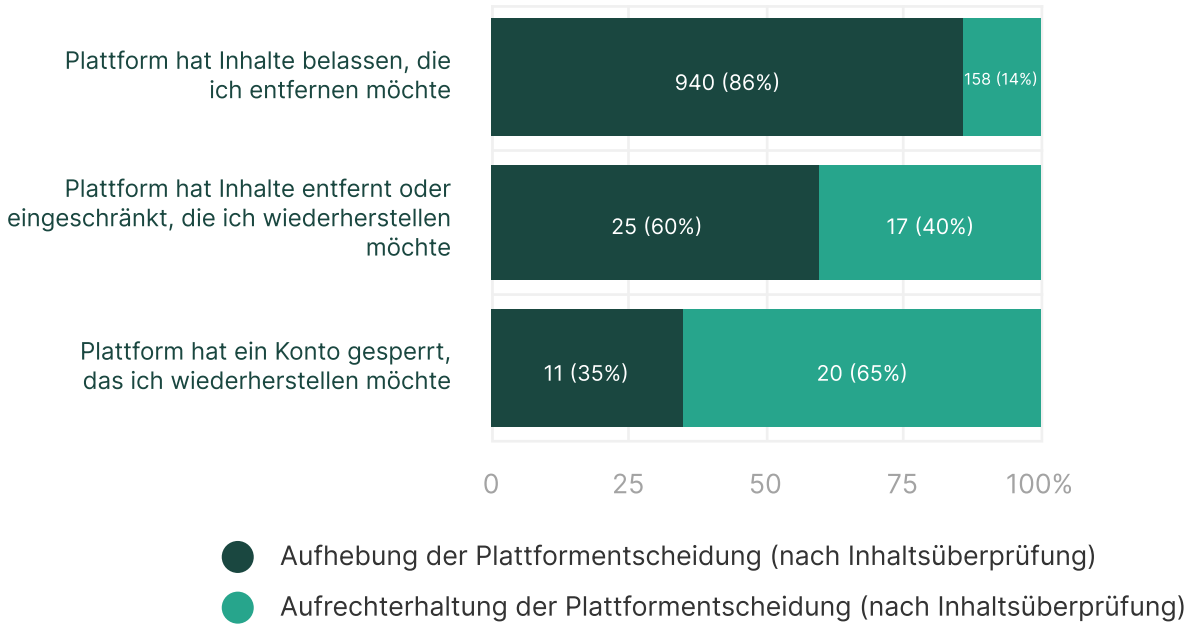
Als wir TikTok zum ersten Mal über die von Vigilia gemeldeten Liebesbetrug-Videos kontaktierten, einschließlich des oben genannten Videos, entfernten sie das Konto und damit alle Videos von der Plattform.

Fallstudie: Bestätigung der Entscheidung von Meta, einen Beitrag mit Visumgarantie zu entfernen

Eine Person in den Niederlanden reichte einen Streitfall ein, nachdem ihr Beitrag von Facebook entfernt worden war. Der Beitrag, in dem eine Fallstudie über einen Kunden geteilt wurde, der sich erfolgreich ein Visum für ein EU-Land gesichert hat, garantiert, dass das Unternehmen die Visumgenehmigung sichern kann. Wir bestätigten die Entscheidung von Meta, den Post im Rahmen ihrer Richtlinie zu Betrug und Täuschung zu entfernen. Diese Richtlinie verbietet Inhalte, die die Genehmigung eines Visums oder einer Green Card garantieren. Unsere Entscheidung übermittelten wir an den Nutzer und die Plattform.

Was sagen uns unsere Entscheidungen bisher?

Entscheidungen über Betrugsfälle, in denen wir den Inhalt überprüft haben



Insgesamt haben wir 83 % der 1.175 von uns überprüften Plattformentscheidungen im Zusammenhang mit Betrug und Schwindel revidiert. Am ehesten haben wir die Entscheidung von Plattformen in Fällen aufgehoben, in denen potenzielle Betrügereien in den sozialen Medien belassen wurden (in 86 % der Fälle haben wir die Entscheidung von Plattformen revidiert), gefolgt von den Entscheidungen von Plattformen, Inhalte im Rahmen ihrer Betrugsrichtlinie zu entfernen oder einzuschränken (60 %). In Fällen, in denen Plattformen Konten wegen eines Verstoßes gegen ihre Betrugsregeln gesperrt haben, war es am unwahrscheinlichsten, dass wir die Entscheidung der Plattform revidieren. Wir haben das nur in einem Drittel (35 %) der Fälle getan.

Was sagen uns unsere Entscheidungen bisher?

Obwohl wir erst seit einem Jahr Streitfälle über Betrug und Schwindel akzeptieren, haben wir bereits mehr als 1.000 Entscheidungen getroffen, in denen wir den betreffenden Inhalt überprüft haben. Die Global Anti-Scam Alliance (GASA), die über unseren letzten Transparenzbericht geschrieben hat, und der Merchant Risk Council (MRC) haben dazu beigetragen, das Bewusstsein für die Bedeutung der außergerichtlichen Streitbeilegung im Finanzsektor zu schärfen. Wir haben auch mit Verbraucherorganisationen in der gesamten EU zusammengearbeitet, um sicherzustellen, dass Verbraucher wissen, dass sie uns Betrugsfälle senden und eine menschliche Überprüfung erhalten können.

In Zukunft wollen wir unseren Datensatz an Betrugsentscheidungen weiter ausbauen, damit Forscher, Organisationen und Plattformen selbst Trends und Problembereiche identifizieren können. Wenn Sie an einer Zusammenarbeit mit dem Appeals Centre in diesem Bereich interessiert sind, senden Sie uns eine E-Mail an: communications@appealscentre.eu.

Von Benutzergruppen eingereichte Streitfälle

Von Oktober 2025 bis September 2026 erhielten wir weiterhin Tausende von berechtigten Streitfällen von Nutzergruppen in der gesamten EU. Diese reichten von Pressefreiheitsorganen und Anti-Hassrede-Organisationen bis hin zu Unternehmen und Sportverbänden.

Diese Organisationen nutzen ihre Rechte gemäß dem DSA, um ein kollektives Interesse zu vertreten und sicherzustellen, dass Plattformen ihre Regeln korrekt anwenden.

Organisationen der Zivilgesellschaft

Während des Berichtszeitraums haben wir Streitfälle von einer Reihe von Organisationen erhalten, die sich mit Hassreden befassen.

Zweiter Bericht über systemische Risiken stellt die Verbindung zur außergerichtlichen Streitbeilegung her

Im Juli veröffentlichte das Europäische Gremium für digitale Dienste seinen zweiten Bericht über systemische Risiken auf sehr großen Online-Plattformen (VLOPs) und Suchmaschinen im Rahmen des DSA.

Im Rahmen der Konsultation vor der Veröffentlichung des Berichts haben wir eine Einreichung vorgenommen, die Fallstudien über den slowakischen Bürgerverband digiQ, die polnische zivilgesellschaftliche Organisation „NEVER AGAIN“ Association und die in Belgien ansässige internationale Entwicklungs- und Alphabetisierungsorganisation MDI Global umfasste. Der Bericht erwähnte das Appeals Centre, das direkt aus unserer Einreichung zitiert wurde, und enthielt einen Abschnitt, der den außergerichtlichen Streitbeilegungsstellen gewidmet war. Entscheidend ist, dass solche Stellen als externe Stakeholder benannt wurden, deren Entscheidungsdaten die prominentesten und am häufigsten wiederkehrenden systemischen Risiken identifizieren können. Dies war ein großer Schritt nach vorne und wir hoffen, dass das Gremium und die Europäische Kommission 2027 darauf aufbauen können.

Sensibilisierung mit INACH

In den letzten 12 Monaten haben wir das Bewusstsein für die außergerichtliche Streitbeilegung mit INACH, einem führenden Netzwerk zur Bekämpfung von Cyber-Hass, und seinen Mitgliedern weiter geschärft. Der DSA-Implementierungsbericht von INACH nannte Streitbeilegungsstellen als Beispiel für Fortschritte im Rahmen des DSA und stellte fest, dass „Entscheidungen [des Appeals Centre] begonnen haben, wiederkehrende Muster bei der Plattformmoderation zu identifizieren, einschließlich der inkonsistenten Durchsetzung von Hassrede-Richtlinien […].“ Das Appeals Centre stellte auch auf dem INACH-Jahresgipfel in Vilnius im September 2026 den Wert der außergerichtlichen Streitbeilegung vor und sprach neben Vertretern der INACH-Mitglieder digiQ und „NEVER AGAIN“ Association.

Hohe Aufhebungsquoten bei herausfordernden Plattformentscheidungen

Im Folgenden skizzieren wir drei Fallstudien, in denen zivilgesellschaftliche Organisationen die Entscheidungen von Social-Media-Plattformen angefochten haben, schädliche, verletzende Inhalte zu belassen. Auch wenn die Stichprobengrößen in diesen Fallstudien relativ klein sind, ist es besorgniserregend, dass wir bei der überwiegenden Mehrheit unserer Entscheidungen nicht mit Social-Media-Plattformen übereingestimmt haben.

Fallstudie: Homophobe Kommentare auf Ungarisch

Háttér Society, eine Organisation, die LGBTQI-Personen in Ungarn vertritt, schickte einen Streitfall an das Appeals Centre über einen bedrohlichen Kommentar, der unter einem Facebook-Video über Budapest Pride veröffentlicht wurde. Der Kommentar, auf Ungarisch geschrieben, lautete: „Wirf sie verdammt noch mal ins Wasser“. Da Meta keine Gewaltandrohungen zulässt, die zum Tod oder zu schweren Verletzungen führen könnten, haben wir ihre Entscheidung, diesen Kommentar zu belassen, revidiert. Unsere Entscheidung übermittelten wir an Háttér Society und Meta.
Von den 34 von Háttér Society eingereichten Fällen, in denen wir Inhalte auf Facebook überprüft haben, haben wir die Entscheidung der Plattform in 32 Fällen revidiert (94 % der Fälle). Von den 100 eingereichten Fällen, in denen wir Inhalte auf YouTube überprüft haben, haben wir die Entscheidung der Plattform in 99 Fällen revidiert (99 % der Fälle). Wir haben die Entscheidung der Plattform auch in allen fünf Fällen über Inhalte auf Instagram und in einem Fall über TikTok revidiert.

Fallstudie: Beiträge über Goldene Morgenröte auf YouTube belassen

Die Menschenrechtsorganisation Greek Helsinki Monitor reichte einen Streitfall über ein Video ein, das auf der YouTube-Seite der Partei Goldene Morgenröte veröffentlicht wurde. Die Bildbeschreibung unter dem Video lautet: „Es gibt nur eine nationale Lösung... Goldene Morgenröte!“ Mitglieder der Parteiführung wurden von griechischen Gerichten im Jahr 2020 als Anführer einer kriminellen Organisation eingestuft. In Anbetracht dieser Informationen zusammen mit den umstrittenen Inhalten entschieden wir, dass das Video gegen die Richtlinie zu gewalttätigen extremistischen oder kriminellen Organisationen von YouTube verstößt. Unsere Entscheidung übermittelten wir an Greek Helsinki Monitor und YouTube und empfahlen, das Video zu entfernen.

Dies ist ein Beispiel für 39 Fälle von Greek Helsinki Monitor über Inhalte der Partei Goldene Morgenröte auf YouTube, in denen wir den Inhalt überprüfen konnten. In allen 39 Fällen (100 % der Fälle) haben wir die Entscheidung von YouTube, den Inhalt zu belassen, revidiert.

Fallstudie: Spanische Klima-Desinformation auf TikTok und YouTube

Die gemeinnützige spanische Organisation Maldita.es reichte einen Streitfall über Klima-Desinformation auf TikTok ein. Das Video zeigte eine Podiumsdiskussion auf Spanisch über Chemtrails, eine Verschwörungstheorie, die behauptet, dass die weißen Linien, die von Flugzeugen in großer Höhe hinterlassen werden, tatsächlich giftige Chemikalien sind, die von Regierungen oder Eliten für düstere Zwecke versprüht werden. Maldita.es stellte fest, dass das Video unkritisch schädliche Behauptungen wiedergab, ohne ausreichende Widerlegung, wie die Aussage des spanischen Sängers und Schauspielers Miguel Bosé, dass die Sturzfluten von Valencia DANA durch unkontrollierte Klima-Engineering-Praktiken verursacht wurden. Wir entschieden, dass das Video gegen die Regeln von TikTok zu viralen Fehlinformationen verstößt, die ein erhöhtes Risiko darstellen, die Integrität des Informationsökosystems zu untergraben. Wir haben empfohlen, den Inhalt einzuschränken, aber nicht von der Plattform zu entfernen. Unsere Entscheidung übermittelten wir an Maldita und TikTok.

Von den 30 Entscheidungen, die wir in Fällen über Klima-Desinformation von Maldita.es nach der Überprüfung von TikTok-Inhalten getroffen haben, haben wir die Entscheidung der Plattform in 27 Fällen (90 % der Fälle) revidiert. Von den 40 Entscheidungen, die wir in Fällen über Klima-Desinformation von Maldita.es nach der Überprüfung von YouTube-Inhalten getroffen haben, haben wir die Entscheidung der Plattform in allen Fällen (100 % der Fälle) revidiert. Bei den meisten unserer Entscheidungen haben wir empfohlen, den Inhalt einzuschränken, anstatt ihn zu entfernen.

Sportvereinigungen

Jeden Tag sind Sportler, Funktionäre und Fans im Internet Hass ausgesetzt, was einen klaren Verstoß gegen die Richtlinien der verschiedenen Plattformen zu Hassrede, Mobbing und Belästigung darstellt. Während des Zeitraums, der von diesem Transparenzbericht abgedeckt wird, haben wir Hunderte von Streitfällen von Organisationen über beleidigende Inhalte im Zusammenhang mit Sport erhalten.



Fallstudie: Tennisspieler erhalten Drohungen und Beleidigungen auf Instagram

Das Sporttechnologieunternehmen Sportradar hat in Zusammenarbeit mit der Association of Tennis Professionals (ATP) 50 Streitfälle über beleidigende Instagram-Kommentare eingereicht, die sich an männliche Tennisspieler richten, die an der ATP-Tour teilnehmen. Als wir den Inhalt überprüfen wollten, waren bereits 38 Kommentare von Instagram entfernt worden. Alle der verbleibenden 12 Kommentare, die wir überprüft haben, verstießen gegen die Regeln von Meta zu Mobbing und Belästigung. Ein Kommentar zu einem Tennisvideo kritisierte einen Tennisspieler dafür, dass sein Aufschlag unterbrochen wurde, und sagte, er solle sich aus dem Sport zurückziehen und sterben. In zwei anderen Fällen sagte ein Kommentar: „Ich hoffe, deine Familie stirbt“, während ein anderer sagte: „Du solltest getötet werden“. Wir übermittelten unsere Entscheidungen, dass Meta die rechtswidrigen Inhalte entfernen sollte, an Sportradar und Meta.

Kleine Unternehmen und Unternehmer

Social Media ermöglicht es kleinen Unternehmen, neue Kunden auf der ganzen Welt zu erreichen. Wenn ihr Konto jedoch entfernt wird, kann dies ihren Lebensunterhalt gefährden. Seit August akzeptieren wir Streitfälle über Google Maps, sodass Personen und Unternehmen in der EU gefälschte Bewertungen anfechten können, die Kunden abschrecken. Von August bis September 2026 hat sich die Anzahl der Google Maps-Streitfälle mehr als verdoppelt, und wir sensibilisieren die Verbände kleiner Unternehmen in der gesamten EU, um diese Funktion bekannt zu machen.



Fallstudie: Google Maps-Bewertung über niederländische Eisdiele

Wir haben einen Streitfall erhalten, in dem die Entfernung einer Ein-Stern-Bewertung auf Google Maps über eine Eisdiele in den Niederlanden gefordert wurde. Die Bewertung sagt, dass die Eisdiele kein einladender Ort ist, und lobt dann eine andere Eisdiele in der Nähe. Da der Inhalt über die Eisdiele, die bewertet wurde, vage war und sich die Hälfte der Bewertung darauf konzentrierte, ein anderes Unternehmen zu loben, entschieden wir, dass die Bewertung gegen die Regeln von Google zu Werbung verstößt. Unsere Entscheidung übermittelten wir an den Nutzer und die Plattform.

Kooperation mit den Plattformen

Wir stehen in einem regelmäßigen Austausch mit den Social-Media-Plattformen, die wir abdecken. Hier gehen wir nacheinander auf jede einzelne ein: Google (Google Maps, YouTube), Meta (Facebook, Instagram, Threads), Pinterest und TikTok. Im Folgenden bewerten wir, wie jede Plattform ihre Nutzer über Streitbeilegungsstellen informiert,[8] Inhalte mit uns teilt und unsere Entscheidungen umsetzt.

Google (Google Maps, YouTube)





- **Benachrichtigung der Nutzer über Streitbeilegungsstellen:** EU-Nutzer erhalten eine Nachricht über Streitbeilegungsstellen (mit einem Link zur Website der Europäischen Kommission über Streitbeilegungsstellen), wenn sie eine Google Maps-Überprüfung melden. YouTube hat eine Webseite über die „Lösungsoptionen" im Rahmen des DSA, die einen Link zur Website der Europäischen Kommission enthält. Uns sind jedoch keine Hinweise auf Streitbeilegungsstellen im internen Beschwerdeverfahren von YouTube bekannt.

- **Teilen von Inhalten:** Obwohl wir zwischen Oktober 2025 und September 2026 mehr als 850 Inhalte von Google angefordert haben, haben wir nur zwei Inhalte erhalten, die für die Überprüfung eines Streitfalls in Bezug auf ihre Plattformen erforderlich sind, wenn die Inhalte nicht mehr öffentlich verfügbar sind. Google macht zudem geltend, dass Kommentare nicht in den Anwendungsbereich des Gesetzes über DSA fallen. Unter den Plattformen, die wir abdecken, teilt Google die wenigsten Inhalte und betrachtet den Zuständigkeitsbereich des DSA besonders restriktiv. Dadurch riskieren sie, Nutzern ihr Recht auf unabhängige Überprüfung gemäß dem DSA zu verweigern.

- **Umsetzen von Entscheidungen:** Bei der überwiegenden Mehrheit unserer Entscheidungen erhielten wir keine Antwort darauf, ob Google unsere Entscheidungen umgesetzt hat oder nicht.

[8] Obwohl wir uns bemüht haben, sicherzustellen, dass diese Informationen darüber, wie Plattformen ihre Nutzer über Streitbeilegungsstellen informieren, zum Oktober 2026 korrekt sind, sollte jeder Dritte, der sich auf diese Informationen verlassen möchte, sie direkt bei der betreffenden Plattform überprüfen.

Meta (Facebook, Instagram, Threads)



- **Benachrichtigung der Nutzer über Streitbeilegungsstellen:** Sowohl Facebook als auch Instagram verfügen über eigene Webseiten zu Streitbeilegungsstellen. EU-Nutzer werden auch über diese Option informiert, wenn ihre Inhalte entfernt werden oder ihr Konto aus einem Grund gesperrt wird, der bei einer außergerichtlichen Streitbeilegungsstelle angefochten werden kann. Nutzer werden jedoch nicht über Streitbeilegungsstellen informiert, wenn sie zum ersten Mal potenziell schädliche Inhalte melden.

- **Teilen von Inhalten**: Meta hat uns mitgeteilt, dass sie verhaltensbasierte Inhaltsmoderationen als in den Zuständigkeitsbereich von Artikel 21 des DSA fallend behandeln werden, wenn das zugrunde liegende Verhalten in ausreichendem Zusammenhang mit den vom Empfänger bereitgestellten Informationen steht. Neben operativen Verbesserungen scheint dies zu einigen Fortschritten bei der Menge der geteilten Inhalte für die Sperrung von Facebook- und Instagram-Konten geführt zu haben. Bei den meisten dieser Arten von Streitfällen erhalten wir die Inhalte jedoch immer noch nicht.

- **Umsetzen von Entscheidungen:** Meta hat im Berichtszeitraum eine kleine Anzahl unserer Entscheidungen umgesetzt, teilte uns in den meisten Fällen jedoch mit, dass sie unsere Entscheidungen nicht umsetzen würden, oder antwortete uns nicht auf die Frage, ob sie unsere Entscheidungen umgesetzt haben.

Pinterest



- **Benachrichtigung der Nutzer über Streitbeilegungsstellen:** Wir haben im Berichtszeitraum nur 17 berechtigte Pinterest-Streitfälle erhalten. Während Pinterest weniger Nutzer hat als andere Plattformen, die in unseren Zuständigkeitsbereich fallen, haben wir dem Unternehmen Vorschläge unterbreitet, wie es seine Nutzer besser über Streitbeilegungsstellen informieren könnte. Bisher ist uns jedoch nicht bekannt, dass sie solche Verbesserungen vorgenommen haben.

- **Teilen von Inhalten:** In der geringen Anzahl von Fällen, in denen wir Inhalte von Pinterest anfordern, stellen sie diese meistens zur Verfügung.

- **Umsetzen von Entscheidungen:** Wir haben keine Antworten von Pinterest dazu erhalten, ob sie unsere Entscheidungen umgesetzt haben.

TikTok

- **Benachrichtigung der Nutzer über Streitbeilegungsstellen:** Während des Berichtszeitraums wurden uns keine Verbesserungen der Art und Weise bekannt, wie TikTok seine Nutzer über Streitbeilegungsstellen informiert. TikTok informiert Nutzer während des internen Beschwerdeverfahrens über die Streitbeilegung, verlinkt diese Erwähnung jedoch nicht direkt mit der Website der Europäischen Kommission zu Streitbeilegungsstellen. Stattdessen ist sie mit der TikTok-Webseite „Einsprüche und andere Rechtsmittel“ verlinkt, die eine kurze Erwähnung von Streitbeilegungsstellen und einen Link zur Website der Europäischen Kommission ganz unten auf der Seite enthält.

- **Teilen von Inhalten:** Während es noch Raum für Verbesserungen gibt (insbesondere bei Kontosperrungen), teilt TikTok in der Regel Inhalte, wenn wir sie anfordern.

- **Umsetzen von Entscheidungen:** In einer kleinen Anzahl von Fällen hat uns TikTok mitgeteilt, dass sie unsere Entscheidungen umgesetzt haben. In der überwiegenden Mehrheit der Fälle reagierte TikTok jedoch nicht auf die Frage, ob sie unsere Entscheidungen umgesetzt haben.

Wie geht es weiter?

Im vergangenen Jahr haben wir einen starken Anstieg der Streitfälle festgestellt: Rund 43.000 Fälle wurden von Personen und Organisationen in der EU eingereicht. Wir haben uns auf neue Plattformen wie Google Maps und neue Richtlinienbereiche ausgeweitet, darunter Inhaltsbeschränkungen, inhaltsbasierter Spam und Sexualisierung von Kindern.

Um die Erfahrung von Nutzern zu verbessern, haben wir außerdem:

- Unsere durchschnittliche Bearbeitungszeit für Fälle auf etwa eineinhalb Monate (47 Tage) reduziert, verglichen mit mehr als zwei Monaten (65 Tage) in unserem letzten Transparenzbericht.
- Die „erneute Überprüfung der Plattform“ eingeführt, damit Plattformen ihre ursprüngliche Entscheidung rückgängig machen können, wenn wir sie zum ersten Mal kontaktieren.
- Änderungen an unserem Einreichungsportal vorgenommen, um zusätzliche Informationen von Nutzern anzufordern, die Plattformen helfen, den Inhalt zu finden.
- Einen Leitfaden zur Unterstützung von Nutzern in sieben Sprachen erstellt.
- Plattformspezifische Seiten mit angepassten Anweisungen erstellt.
- Unsere FAQs mit den Fragen aktualisiert, die wir am häufigsten von Nutzern erhalten.
- Eine Umfrage nach der Entscheidung hinzugefügt, damit Nutzer uns bei der Verbesserung helfen können.

Trotz einiger Fortschritte erhalten die meisten der Tausenden von Menschen, die die Sperrung von Social-Media-Konten anfechten, immer noch nicht die unabhängige Überprüfung, auf die sie Anspruch haben. Dies ist kein Problem, das wir allein lösen können. Plattformen müssen Verantwortung übernehmen und die Inhalte für jeden zulässigen Fall im Rahmen des DSA bereitstellen.

Im weiteren Verlauf des Jahres 2026 und bis 2027 werden wir mehrere Änderungen vornehmen, um unsere Dienstleistungen zu verbessern, darunter:

- Personen und Organisationen die Möglichkeit geben, **einen Screenshot hochzuladen**, wenn sie einen Streitfall einreichen. Wir hoffen, dass die Bereitstellung von Nachweisen, dass das Konto von Personen entfernt wurde oder dass sie schädliche Inhalte gemeldet haben, den Plattformen helfen wird, in mehr Fällen Inhalte zu teilen.
- Mehr **Entscheidungsgrundlagen** bereitstellen, einschließlich der entsprechenden Unterrichtlinie (z. B. wir haben entschieden, dass Ihre Inhalte gegen die Regeln von Meta zu entmenschlichenden Verleumdungen im Rahmen ihrer Richtlinie zu hasserfülltem Verhalten verstoßen). Wir hoffen, dass die Menschen unsere Entscheidungen besser verstehen können, wenn sie mehr Informationen erhalten.

- Personen und Organisationen die Möglichkeit geben, **Streitfälle über Konten einzureichen, die gegen die Regeln einer Plattform verstoßen**. Dies sollte es Nutzern erleichtern, ein einzelnes Konto auf der Plattform zu melden und uns dann einen Streitfall zu senden, anstatt Streitfälle über mehrere Beiträge aus diesem Konto zu melden und einzureichen.

2026 bis 2027 wird ein Verfahren für **Best-Practice-Empfehlungen** stattfinden. Als Teil des Netzwerks der außergerichtlichen Streitbeilegungsstellen (ODS-Netzwerk), das alle zertifizierten ODS-Stellen in der EU zusammenbringt, werden wir – im Namen unserer derzeitigen und zukünftigen Nutzer – auf einige wichtige Verbesserungen drängen:

- **Sicherstellung, dass Plattformen ihre Nutzer über Streitbeilegungsstellen informieren.** Obwohl die Plattformen eindeutig verpflichtet sind, ihre Nutzer klar, verständlich und benutzerfreundlich über Streitbeilegungsstellen zu informieren, haben sie in diesem Bereich keine Fortschritte erzielt. Wir werden die Plattformen weiterhin dazu drängen, Verweise auf Streitbeilegungsstellen in ihre internen Beschwerdeverfahren, Begründungen und eigens dafür eingerichtete Webseiten aufzunehmen.
- **Erhöhung der Anzahl der Fälle, in denen wir Inhalte zur Überprüfung erhalten.** Die Anzahl der Verfahrensentscheidungen zugunsten von Nutzern, bei denen die Plattform uns nicht die Inhalte zur Überprüfung bereitstellt, ist zu hoch. Dies gilt insbesondere für Streitfälle über Kontosperrungen.
- **Einholen von Informationen darüber, ob Plattformen unsere Entscheidungen umgesetzt haben.** Während die Entscheidungen von Streitbeilegungsstellen unverbindlich sind, sind die Plattformen verpflichtet, sich nach Treu und Glauben zu verhalten. In diesem Zusammenhang bitten wir die Plattformen, uns bei der Unterstützung der Nutzer zu helfen, indem sie uns mitteilen, ob sie unsere Entscheidungen umgesetzt haben. Diese Informationen können wir dann an die Nutzer weitergeben.

Wir würden uns auch wünschen, dass die nationalen Regulierungsbehörden der EU über Streitbeilegungsstellen informieren. Insbesondere möchten wir, dass alle Koordinatoren für digitale Dienste (DSCs) der Anleitung von ACM (Niederlande), AKOS (Slowenien), ANACOM (Portugal), ANCOM (Rumänien), ARCOM (Frankreich), Autorité de la Concurrence (Luxemburg), BIPT (Belgien), Bundesnetzagentur (Deutschland), Český telekomunikační úřad (Tschechien), Coimisiún na Meán (Irland), CRC (Bulgarien), HAKOM (Kroatien), Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (Lettland) und Rada pre mediálne služby (Slowakei) folgen. Diese Organisationen verfügen alle über eine eigene Webseite über Streitbeilegungsstellen, die dieses neue Recht erläutert und einen Link zur Webseite der Europäischen Kommission enthält, auf der alle zertifizierten Stellen aufgeführt sind.[9]

[9] Mehrere andere DSCs haben entweder eine eigene Webseite mit einer klaren Beschreibung der Streitbeilegungsstellen oder einen Link zur Webseite der Europäischen Kommission, aber nicht beides. Obwohl wir uns bemüht haben, sicherzustellen, dass dieser Absatz die Situation zum Oktober 2026 widerspiegelt, sollte jeder Dritte, der sich auf diese Informationen verlassen möchte, diese direkt beim betreffenden DSC überprüfen.

Mir hat dieser Bericht gut gefallen! Was kann ich als Nächstes tun?

Egal, ob Sie ein Mitgliederverband, eine zivilgesellschaftliche Organisation, ein Unternehmen oder einfach nur jemand sind, der gerne soziale Medien nutzt – helfen Sie uns, die Nachricht zu verbreiten! Teilen Sie diesen Bericht, erwähnen Sie uns auf Ihrer Website, nehmen Sie uns in Ihren Newsletter auf oder erzählen Sie jemandem aus Ihrem Bekanntenkreis von uns:

Kontaktieren Sie communications@appealscentre.eu um mehr über uns und die Einreichung von Streitfällen zu erfahren.

Erstellen Sie ein Konto auf www.appealscentre.eu/de und reichen Sie Ihren Streitfall ein!