

A bite too big: Dilemma's bij de implementatie van de Cookiewet in Nederland

Auteurs: L.Kool, A. van der Plas, N. van Eijk, N. Helberger, B. van der Sloot

Email: linda.kool@tno.nl, arjanna.vanderplas@uva.nl, vaneijk@uva.nl, n.helberger@uva.nl, b.vandersloot@uva.nl

Websites:

Persbericht

Door een aanscherping van de Europese e-Privacyrichtlijn is bij het plaatsen van cookies, die bijvoorbeeld worden gebruikt om het surfgedrag van internetgebruikers te volgen, vooraf toestemming van de gebruiker nodig (en die dient gebaseerd te zijn op een geïnformeerde keuze). Deze aanscherping op Europees niveau (Nederland kent al een bepaling op grond waarvan cookies kunnen worden geweigerd) heeft geleid tot een brede discussie over de uitvoerbaarheid en de wijze van toezicht op de regelgeving omtrent cookies. Eind mei moet de richtlijn in nationale wetgeving zijn geïmplementeerd. Een wetsvoorstel daartoe ligt nu bij de Tweede Kamer. Ter voorbereiding heeft OPTA aan TNO en IViR gevraagd te onderzoeken wat de nieuwe juridische situatie in de praktijk betekent.

Het onderzoek analyseert de naleving van de huidige wetgeving en de mogelijke consequenties van de nieuwe wetgeving. Ook is het huidige gebruik van cookies door de grootste aanbieders in kaart gebracht en is het kennisniveau en de vaardigheden van consumenten ten aanzien van cookies en behavioural advertising onderzocht. Onder behavioural advertising wordt verstaan het verzamelen van gebruikersgegevens (bijvoorbeeld via cookies) om gebruikers vervolgens persoonlijke advertenties en andere op hun profiel toegesneden diensten of content aan te bieden. Het onderzoek toont aan dat het aantal cookies dat per websitebezoek wordt geplaatst kan variëren van één tot soms wel tien. Een substantieel deel van deze cookies wordt niet door websiteaanbieders zelf geplaatst, maar door derden voor behavioural advertising doeleinden.

Het rapport maakt duidelijk dat succesvolle implementatie van de nieuwe wetgeving geen sinecure is. De meerderheid van de ondervraagde partijen informeert de gebruiker niet over het plaatsen van het cookie noch over het doel van het gebruik van de daarmee verkregen gegevens en vraagt de gebruiker hiervoor ook niet om toestemming. De informatie- en toestemmingsplicht zoals is vastgelegd in de huidige wetgeving wordt dan ook door de meerderheid van de ondervraagde partijen niet nageleefd. Daarnaast blijkt dat deelnemende consumenten aan het onderzoek beperkte kennis hebben van behavioural advertising en cookies, hetgeen het maken van onderbouwde keuzes voor acceptatie van cookies belemmert.

Het onderzoek identificeert verder de meest belangrijke kwesties die spelen met betrekking tot de implementatie van de nieuwe wetgeving, bijvoorbeeld ten aanzien van een duidelijkere afbakening van de rollen en verantwoordelijkheden van betrokken partijen (die nu vaak ontbreekt), mogelijke differentiatie tussen verschillende soorten cookies (niet met alle cookies zijn dataprotectie of privacy problemen gemoeid) en hoe cookies zich verhouden tot spyware/malware (de nieuwe Europese regels maken geen onderscheid), verplichtingen met betrekking tot gegevensvergaring en – verwerking in het kader van de privacy, de voorwaarden voor heldere informatievoorziening aan gebruikers en de kwestie van generieke toestemming versus expliciete toestemming. Het onderzoek is kritisch over de mogelijkheden om via browser-instellingen te voldoen aan het vereiste van toestemmingverlening.