

Over koekjes en muren

Nico van Eijk

De Nederlandse taal is sinds kort verrijkt met het woord 'cookiemuur'. Daarvan is sprake wanneer een website de toegang afhankelijk maakt van het al dan niet instemmen met de plaatsing van cookies. Het is een fenomeen dat zowel in de commerciële als non-profit sector is te vinden. Er ontstond zowaar een relletje over de website van de publieke omroep: het kan toch niet zijn dat een met publiek geld gefinancierde instelling niet meer toegankelijk is! Er zijn ook websites die een wat brozere cookiemuur hebben zodat er een uitgekledede variant beschikbaar blijft, maar deze is vaak dusdanig onaantrekkelijk dat er niet veel meer op zit dan akkoord te gaan met de voorwaarden van de website.

De cookiemuur illustreert hoe het debat in Nederland over cookies uit de hand dreigt te lopen. Het is moeilijk om nog een voorstander te vinden van de cookieregulering. Zelfs de consumentenbond bepleit een afgezwakt regime en de minister zint op aanpassing van de regelgeving, zo liet hij de Tweede Kamer weten.

Maar telkens als het woord cookiemuur valt associeer ik dat op de een of andere manier met de psychedelische rockmuziek van Pink Floyd en meer in het bijzonder met het lied *Another Brick in the Wall*. En dat treft. Wie kent niet de zinnen:

We don't need no education

We don't need no thought control

No dark sarcasm in the classroom

We don't need no education. Wat is er mis met het feit dat gebruikers duidelijk en volledig geïnformeerd moeten worden over het plaatsen en uitlezen van gegevens op randapparaten, zoals de wetsbepaling het omschrijft? Wie wil nu niet weten dat er malware of spyware wordt geplaatst? Want door het ontbreken van een categorie-indeling is er in beginsel geen verschil tussen 'onschuldige' cookies en hardcore-inbreuken die een computer onderdeel maken van een botnet.

We don't need no thought control: een algemeen erkend uitgangspunt in het nationale en Europese privacyrecht is het recht op zelfbestemming. Alleen wanneer expliciete toestemming is verleend mogen persoonsgegevens worden verwerkt voor marketing. Veel zogenaamde 'tracking-cookies' richten zich op het vergaren van zo veel mogelijk gegevens over het gedrag van gebruikers om daar vervolgens diensten op af te stemmen. Met het op maat aanbieden van diensten is niets mis, graag zelfs! Maar dan wel op een wijze dat je je daar als gebruiker bewust van bent en er ook weer afstand van kunt nemen. Vandaar het vereiste van toestemming en daar is op zich niets mis mee.

No dark sarcasm in the classroom: zij die beweren dat ze het beste met de eindgebruikers voor hebben en zelf weten waar de grenzen moeten liggen, vallen in hun eigen zwaard. Waar zij de overheid paternalisme verwijten, gedragen zij zich zelf niet veel anders. Met een zeker paternalisme is trouwens niks mis, maar laten we daar dan wel eerlijk over zijn. Nog minder sterk is het demagogische argument dat er bij strikte toepassing van de cookieregels voor tientallen cookies telkens afzonderlijk toestemming moet worden verleend: hier kunnen we de gebruikers toch niet mee belasten! Maar niets verplicht tot het plaatsen van dergelijke hoeveelheden cookies. En dan de stelling dat cookieregels het businessmodel van het internet kapotmaken. Is het dan geen uitdaging om na te denken over alternatieven? Zo zijn er best websites waarop de eigenaar iets weggeeft in ruil voor informatie die de bezoeker zelf verstrekt. Hoe ging het ook weer in de offline economie, waarin men nooit de mogelijkheid heeft gehad om op een vergelijkbare schaal gebruikersgegevens vast te leggen en te exploiteren?

Het afgelopen jaar is in ieder geval één ding duidelijk geworden: *If you don't eat yer meat, you can't have any pudding!* werkt niet. En dat is – letterlijk – het laatste citaat uit *Another Brick in the Wall*...