

Europese Commissie presenteert nieuwe cookiewetgeving

25-01-2017 09:20



De Europese Commissie wil dat internetgebruikers in de toekomst in één keer kunnen bepalen of zij privacygevoelige tracking cookies accepteren of weigeren. Dat blijkt uit het voorstel voor de Verordening Privacy en elektronische communicatie (ePrivacy verordening) die de Europese Commissie recent presenteerde.

Tracking cookies kunnen onder meer het surfgedrag van internetgebruikers bijhouden zodat adverteerders hen kunnen bereiken met gepersonaliseerde advertenties. Momenteel moeten internetgebruikers deze privacygevoelige cookies per website accepteren of weigeren. Op de 'cookiemuren' die hierdoor zijn ontstaan bestaat kritiek. De meeste gebruikers klikken op 'accepteren' zonder de melding te lezen.

De Europese Commissie wil dat internetgebruikers in de toekomst via hun browser in één keer kunnen bepalen of zij tracking cookies accepteren of weigeren.

Voor het plaatsen van cookies die volgens de Commissie niet privacygevoelig zijn, zoals de cookies die het aantal websitebezoekers tellen of die bijhouden wat er bij een webwinkel in de winkelwagen zit, hoeft geen toestemming te worden gevraagd.

Nieuwe regels veranderen medialandschap mogelijk

Veel digitale journalistiek wordt bekostigd uit online advertising. Als meer internetgebruikers privacygevoelige cookies uitschakelen, kan dit nadelige gevolgen hebben voor nieuwssites die verdienen aan het tonen van advertenties en andere internetbedrijven die verdienen aan advertenties op het internet.

Als meer internetgebruikers er onder de nieuwe regels voor kiezen om privacygevoelige cookies uit te schakelen, wordt het voor adverteerders moeilijker om gericht te adverteren.

Eurocommissaris Andrus Ansip (Digital Single Market) verwacht echter niet dat consumenten massaal cookies gaan blokkeren.

De nieuwe regels zouden er juist ook toe kunnen leiden dat adverteerders meer direct bij nieuwsmedia zullen adverteren met 'display' advertenties, in plaats van met gepersonaliseerde 'programmatic' advertenties. In die zin zouden de nieuwe regels een basis kunnen vormen voor duurzame verdienmodellen van nieuwssites.

Duidelijkheid over detecteren adblockers

De Europese Commissie verduidelijkt in het voorstel dat het voor websites is toegestaan om te controleren of bezoekers een adblocker gebruiken.

Veel nieuwssites gebruiken deze techniek al om bezoekers met een adblocker te vragen om deze uit te schakelen of om hen te weren.

Toestemming vooraf bij marketingberichten

De verordening schrijft voor dat consumenten in bepaalde gevallen bedrijven vooraf toestemming moeten geven om marketingberichten te versturen.

Het sturen van e-mails aan bestaande klanten over producten of diensten die vergelijkbaar zijn met producten of diensten die zij al afnemen, blijft in het voorstel expliciet toegestaan.

Ambitieuze planning

Voordat het voorstel van de Commissie in werking kan treden moet het nog door het Europees Parlement en de lidstaten worden goedgekeurd.

Niettemin hoopt de Commissie dat het voorstel op 25 mei 2018 kan worden ingevoerd, tegelijk met de Verordening gegevensbescherming.

Deze planning lijkt echter ambitieus. De lidstaten en het Europees Parlement nemen doorgaans veel tijd voor nieuwe privacyregelgeving. Ook zullen internetbedrijven en adverteerders invloed uitoefenen om het voorstel af te zwakken.

Bron: [NDP Nieuwsmedia](#)