Zijn nieuwe Europese cookieregels een gevaar voor de media?

16-02-2018 08:31



De Europese ePrivacy Verordening gaat regelen hoe bedrijven online om moeten gaan met privacy. Daarbij gaat het voornamelijk over het plaatsen van cookies en het opbouwen van gegevensbestanden voor 'behavourial targeting', het tonen van advertenties op basis van online gedrag. Dit is een andere regeling dan de AVG, die over alle persoonsgegevens gaat, ook offline.

Het Duitse ministerie van economische zaken heeft onderzoek naar de effecten van de Veverordening laten doen. Daaruit kwam dat vooral uitgevers en andere mediabedrijven nadelige gevolgen zullen ondervinden. Dit komt vooral omdat het lastiger, zo niet onmogelijk, gaat worden om bezoekers gericht met advertenties te benaderen. In Duitsland wordt een verlies van 35% aan advertentie-inkomsten gevreesd. De DDMA roept de Nederlandse regering op om ook voor ons land de gevolgen in kaart te brengen.