



## Een Cookie bij de Koffie? Alles over de nieuwe cookieregels

Geschreven op 16 mei 2012, door [Bart Van den Brande](#)

Het cookiedebat laaide de afgelopen dagen na een tijdje windstille opnieuw in alle hevigheid op. Aanleiding hiertoe waren enerzijds het pas gepubliceerde wetsontwerp tot wijziging van de telecomwet bij ons in België en anderzijds de definitieve goedkeuring in Nederland van hun versie van de telecomwet. Beide wetten bevatten een aantal regels die het gebruik van cookies aan banden leggen en dat zorgt sinds lange tijd voor ongerustheid in de internetwereld bij internet marketeers, e-commerce bedrijven en adverteerders die vrezen voor de toekomst van lucratieve reclame inkomsten.



### Waarover gaat het ook alweer precies?

Cookies zijn kleine tekstbestandjes die op de pc van internetgebruikers geplaatst worden tijdens hun surfessies op internet. Meestal gaat het om onschuldige praktische hulpmiddelen die het surfen aangenamer en eenvoudiger moeten maken, bijvoorbeeld bij cookies die taalkeuzes of de inhoud van je winkelmandje onthouden. Dit zijn zogenaamde sessiecookies of technische cookies.

Er is echter een tweede categorie, de tracking cookies, die de voorbije jaren een slechte naam hebben gekregen en de aanleiding zijn van de hierboven beschreven wetswijzigingen. In de meeste gevallen gaat het om cookies die door adverteerders geplaatst worden om het surfgedrag en het aankoopgedrag van internetgebruikers te registreren en te profileren en in functie daarvan aangepaste reclamebanners aan te bieden. Het is zulke Online Behavioural Advertising en profiling die ervoor zorgt dat je als je vandaag een reiswebsite bezoekt de volgende dagen overstelpt wordt met reclamebanners voor reizen en vakanties.

### Waarom ligt de overheid hiervan wakker?

Het belangrijkste probleem met tracking cookies is dat er persoonsgegevens verzameld worden. In het beste geval gaat het vooral over het IP-adres en het surfgedrag, maar in het ergste geval gaat het om namen, adressen, aangekochte producten, ... Het verzamelen en verwerken van persoonsgegevens is echter alleen mogelijk als de betrokken persoon daar vooraf zijn expliciete toestemming voor geeft. In de meeste gevallen is de gebruiker zich echter geeneens bewust van het feit dat een cookie geplaatst wordt, laat staan dat hij daarvoor ook effectief zijn akkoord zou geven.

Het is om die reden dat de EU al in 2009 in de e-privacy richtlijn de lidstaten de verplichting heeft opgelegd om ervoor te zorgen dat gebruikers vooraf geïnformeerd worden over de plaatsing van een cookie en de identiteit van de plaatser en om hen voorafgaand aan het plaatsen, expliciet hun toestemming te laten geven.

### En waarom ligt de internetsector op zijn beurt daarvan wakker?

Eenzijds vreest de online reclamesector voor zijn business model en voor zijn inkomsten. Behavioural Advertising is immers een essentieel onderdeel van online reclame geworden en adverteerders betalen nu eenmaal meer voor gerichte reclame.

Ook de e-commercesector zit verveeld met de mogelijke gevolgen van strengere cookieregels. In het meest pessimistische scenario is het gevolg immers dat voorafgaand aan het plaatsen van elke cookie via een pop-up aan de gebruiker toestemming moet gevraagd worden. Dat is natuurlijk dodelijk voor de conversie en dreigt dus voor omzetverliezen te zorgen. Het IAB heeft om dit te illustreren een erg gemakkelijke testwebsite in het leven geroepen: [www.cookie demosite.eu](http://www.cookie demosite.eu).



### Programmeur & Web Developer

**vacatures**  
[PHP Developer](#)  
[Appstrakt](#)

[Alle vacatures](#)

### [Registreer je CV... en ontvang vacatures](#)

### Laatste reacties

**Alexander Maertens** reageerde op "[SUCCESS STORY: Pinterest, Snelst Groeiende Social Network sinds Facebook](#)" (1 dag geleden)

hmm, idd interessant. We gaan daar eens verder op zoeken. hopelijk verpesten ze een sterk product (of je nu fan bent of niet, het is een sterk product aan 't worden) niet door té commercieel te gaan. Wordt ongetwijfeld vervolgd :-). Bedankt voor je input, Rolf!

**Peter De Bruyn** reageerde op "[Efficiënt Email Management: 5 Concrete Stappen - Mail Breaks](#)" (5 dagen geleden)

Vroeger eens een opleiding gevolgd waarbij de boodschap was: begin je dag zeker niet met het bekijken of behandelen van je e-mails. Om te voorkomen dat je van jouw belangrijkste taken afgeleid zou worden. Die zouden 's morgens immers op je to-do-lijstje moeten staan. Pas nadien is er ruimte voor je e-mailverkeer. Ik moet zeggen dat bij mij het e-mail verkeer ondertussen ook een beetje werd vervangen door social media berichten en die houden al helemaal geen rekening met mijn planning :-)

**Rolf V.** reageerde op "[SUCCESS STORY: Pinterest, Snelst Groeiende Social Network sinds Facebook](#)" (6 dagen geleden)

Bedankt voor het snelle antwoord! >PinIt Button. idd logisch. > Statistics: Even gezocht. Volgens Google: 84K unieke bezoekers per maand in België (versus 37M Wereldwijd), wat weinig is. Interessant is ook dat Pinterest.com ingeschreven is in het GDN Google Display Network, ik vraag me af waar die ad placements (Text en Banner 468x60) dan terecht komen (of is dat iets wat in de pijplijn zit bij Pinterest...).



### Is die vrees gerechtvaardigd?

#### Wellicht niet helemaal.

In de eerste plaats sluit de richtlijn zelf een aantal first party cookies voor taalkeuze en persoonlijke instellingen uit van de voorafgaande acceptatieplicht.

Daarbuiten zijn we in België nog niet verder gekomen dan een wetsontwerp met een min of meer definitieve tekst dat op 5 april 2012 na lang wachten eindelijk in de Kamer werd neergelegd. Maar daarmee is de vraag nog niet beantwoord, de tekst van het wetsontwerp is immers erg vaag. Slechts één artikel gaat over de cookies en dit herneemt enkel de verplichting uit de richtlijn om de gebruiker vooraf te informeren en zijn toestemming te bekomen. Over de manier waarop dat moet gebeuren zegt de wet voorlopig niets...

De kersverse Nederlandse wet maakt ons evenmin veel wijzer. Ook daar beperkt de wetgever zich tot het invoeren van een opt-in regime, zonder te zeggen hoe een en ander in de praktijk uitgewerkt moet worden en is het nog steeds onduidelijk of nu inderdaad voor elke cookie een pop-up vereist zal zijn.

Gelukkig zijn er wel signalen die duiden op een redelijke en voor de sector werkbare oplossing. Europees Commissaris Neelie Kroes heeft al vaker gezegd dat een duidelijke keuze in de browsersettings wat haar betreft moet volstaan voor de minst invasieve cookies. Voor echte tracking cookies zou dan weer wel voorafgaande toestemming vereist zijn.

Eenzelfde geluid horen we bij de Belgische Privacycommissie, die ook een onderscheid maakt tussen first party cookies en tracking cookies, waarbij vooral voor deze laatste categorie streng moet opgetreden worden. Het lijkt er dus op dat voor de meeste e-commercewebsites, die enkel gebruik maken van technische of first party cookies het probleem al bij al beperkt zal blijven. Een duidelijke keuze in de browser settings zou daar in de toekomst normaal voldoende moeten kunnen zijn.



De meeste andere lidstaten gaan overigens dezelfde richting uit. Voorlopig lijkt bij de 16 landen die hun wetgeving al aanpasten enkel Litouwen de toestemming via browsersettings uit te sluiten.

Al bij al ziet de situatie er dus nog niet zo somber uit als sommigen willen doen geloven. Het is nog even afwachten, maar voorlopig lijkt het erop dat de meeste doemscenario's getemperd mogen worden. Enige randbemerking: de meeste browsers zijn technisch nog niet in staat om automatisch een onderscheid te maken tussen verschillende soorten cookies...

Sirius Legal organiseert overigens op 25 mei om 12u00 een gratis seminarie over de juridische aspecten van online marketing, waar ook over de cookieregelgeving gesproken zal worden. Vooraf inschrijven is nodig en kan op [info@siriuslegal.be](mailto:info@siriuslegal.be).

-- --

## Bloovi op Twitter

#bloovi



goldenboysteve RT @Jeroen\_Bouserie: Een Cookie bij de Koffie? Alles over de nieuwe cookieregels [bit.ly/JiN1ho](http://bit.ly/JiN1ho) #privacy  
4 hours ago · reply · retweet · favorite



Danniau RT @Jeroen\_Bouserie: Een Cookie bij de Koffie? Alles over de nieuwe cookieregels [bit.ly/JiN1ho](http://bit.ly/JiN1ho) #privacy  
4 hours ago · reply · retweet · favorite



lamazone @guidooohh Wat leidde tot een date, een aangename meeting of minds en een geleste dorst. Meer van dat! // @Vromant

@bloovi volgen

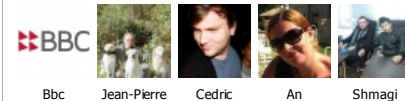
1.824 volgers



Bloovi op Facebook

Vind ik leuk

872 personen vinden **Bloovi** leuk.



Sociale plug-in van Facebook

“Via Bloovi's twitter bleef ik op de hoogte van de interessantste vacatures in de Marketing & Social Media sector. Door te reageren op 1 van hun tweets ben ik uiteindelijk bij Websaus als Online Marketeer aan de slag kunnen gaan.”  
Jeroen Martens - Online Marketeer Websaus

Vond je dit artikel waardevol? Deel het dan hieronder via Twitter, Facebook of LinkedIn.

Volg je [@bloovi](#) al op Twitter? [#bloovi](#)

Dit artikel werd geschreven in de categorie "Column"

Share 13

Tweet 17

Vind ik leuk 10

1



[Bart Van den Brande](#)

Bart Van den Brande is advocaat en stichtende partner van Sirius Legal, een jong advocatenkantoor in de Brusselse rand dat zich specialiseert in internetrecht, IP, reclamerecht en e-commerce. Hij is daarnaast ...

Website

Twitter

Facebook

Linked In



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Bart Van Den Brande ([Change](#))

**Comment**

Facebook social plugin

## Reageer op dit bericht

Voornaam \*

Familienaam \*

E-mailadres \*

Website

Boodschap \*

Houd mij op de hoogte bij andere antwoorden

**Reageer op dit bericht**

Verplichte velden

### OVER BLOOVI

Bloovi is een communicatieplatform die zich richt naar de digitale en interactieve communicatiemarkt. Mensen die actief bezig zijn met internet, mobiel en interactieve digitale televisie. We zijn een neutraal platform die over deze markt communiceert en actief meeleeft. [Lees meer...](#)

### Snelmenu

[Voor werkgevers](#)

[Vacatures](#)

[Sectornieuws](#)

[Alle artikels](#)

[Internetbedrijven](#)

### Vragen?

[info@bloovi.be](mailto:info@bloovi.be)

### Nieuwsbrief

[Waarom inschrijven?](#)

**Volg & communiceer met Bloovi**

[Privacy](#)

[Gebruiksvoorwaarden](#)

[Sitemap](#)

[Contact](#)

[Login](#)

© 2012 by Bloovi