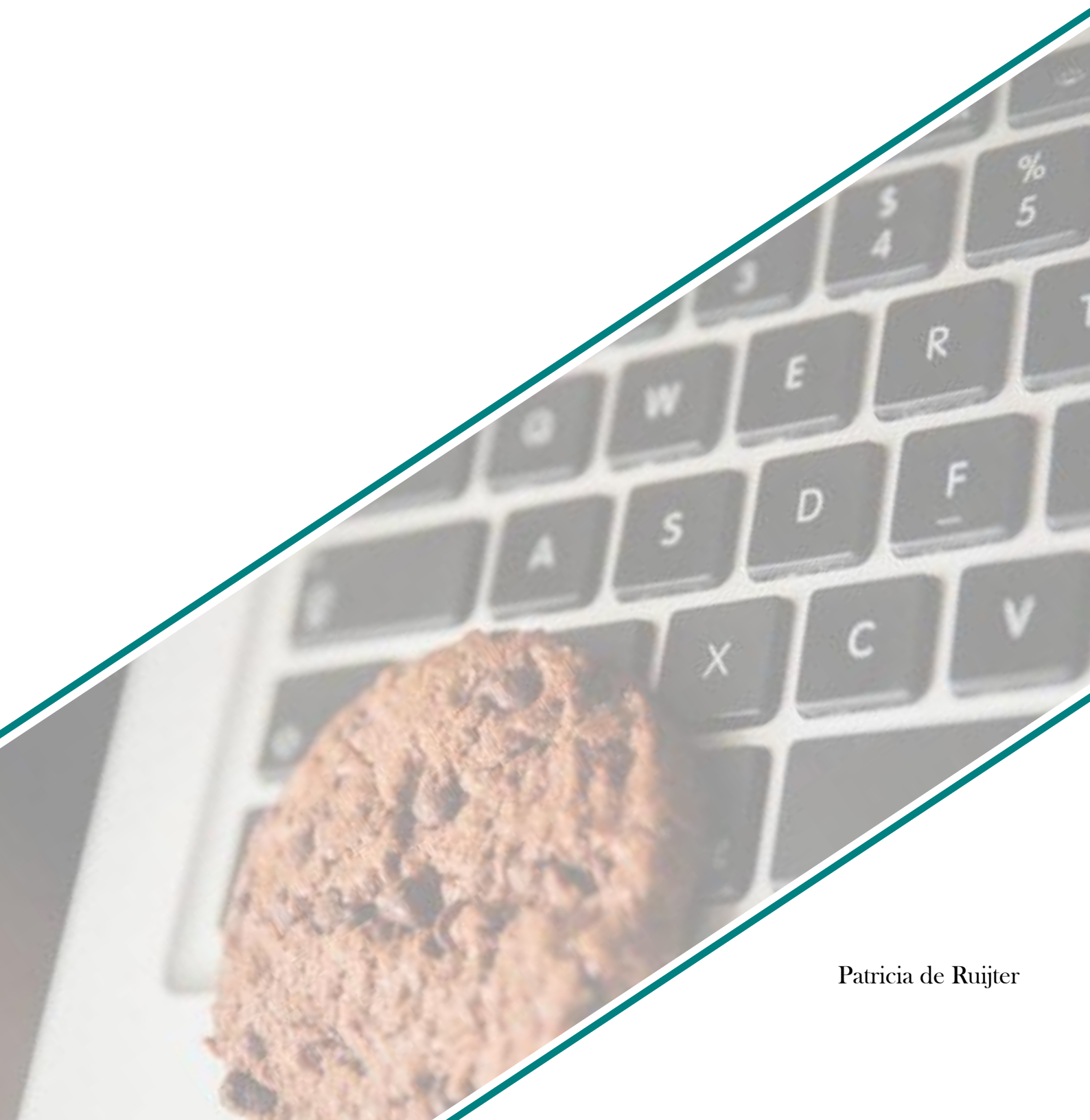


Informatieverstrekking cookies: vervelend of noodzakelijk?



Patricia de Ruijter

Informatieverstrekking cookies: vervelend of noodzakelijk?

Een onderzoek welke beoogt de websitebeheerder handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid

<i>Naam student:</i>	<i>Patricia de Ruijter</i>
<i>Opleiding:</i>	<i>Hippische Bedrijfskunde</i>
<i>Plaats en datum:</i>	<i>Oudega, 10-04-2018</i>
<i>Afstudeerdocent:</i>	<i>H. van der Werf</i>

Disclaimer

Dit rapport is gemaakt door een student van de Aeres Hogeschool als onderdeel van haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van de Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeerwerkstuk welke ik heb geschreven in het kader van de afronding van mijn opleiding hippische bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool te Dronten. Dit afstudeerwerkstuk is het resultaat van een onderzoek welke beoogt de websitebeheerder handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid.

Dit afstudeerwerkstuk zou niet tot stand zijn gekomen zonder goede begeleiding en ondersteuning van mijn afstudeerdocent. Ik zou dan ook meneer H. van der Werf graag willen bedanken voor zijn intensieve begeleiding, kritische blik en opbouwende commentaar. Daarnaast wil ik alle respondenten bedanken voor de tijd en moeite die zij hebben genomen voor het invullen van mijn enquête.

Patricia de Ruijter

Oudega, april 2018

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting.....	5
Summary	6
1. Inleiding	7
§1.1 Aanleiding.....	7
§1.1.1 Problemen met cookies.....	7
§1.1.2 Privacy	8
§1.2 Cookies	8
§1.2.1 Soorten cookies	9
§1.3 Bezorgdheid.....	10
§1.4 Toestemming verwerking van persoonsgegevens	10
§1.4.1 Banners.....	11
§1.4.2 Onderzoek Nederlandse Consumentenbond.....	12
§1.4.3 Herroeping en verantwoordelijkheid	13
§1.4.4 Mate van controle en bewustzijn.....	13
§1.5 Kwantitatieve waarde persoonsgegevens.....	14
§1.5.1 Behavioural targeting en privacyproblemen.....	14
§1.5.2 Transparantie	15
§1.6 Sanctie en weigering	16
§1.7 Nieuwe wetgeving.....	16
§1.7.1 Versterking en uitbreiding privacyrechten internetgebruiker	17
§1.7.2 Specifieke eisen toestemming.....	17
§1.7.3 Verantwoordingsplicht	18
§1.7.4 Meer verantwoordelijkheid voor organisaties.....	19
§1.8 Knowledge gap en onderzoeksdoelstelling	19
§1.8.1 Onderzoeksvragen.....	20
2. Materiaal en Methode	21
§2.1 Proefopzet	21
§2.2 Materiaal en methode.....	21
§2.3 Toelichting enquêtevragen.....	22
§2.4 Planning	24
3. Resultaten.....	25
§3.1 Basisgegevens en kennis respondenten.....	25
§3.2 Welke informatie vindt de internetgebruiker noodzakelijk voor in een cookie pop-up?	27

§3.3 Wat is voor de internetgebruiker de meest relevante informatie binnen het gehele cookiebeleid?	28
§3.4 Hoeveel tijd wil de internetgebruiker nemen om een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid te lezen?	29
§3.5 Komen de wensen van de internetgebruiker omtrent de invulling van het cookiebeleid overeen met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving?	30
§3.6 Kruisverbanden	31
4. Discussie	34
5. Conclusie	36
6. Aanbeveling	39
Bibliografie	40
Bijlagen	43
1. De AVG in een notendop	43
2. Enquête	44
3. Enquête resultaten	48
4. Checklist Schriftelijk Rapporteren	53

Samenvatting

Uit diverse onderzoeken is gebleken dat internetgebruikers bezorgd zijn over hun privacy en dat zij de bescherming van hun persoonsgegevens in twijfel trekken. Op 25 mei 2018 zal de Algemene verordening gegevensbescherming de huidige regelgeving vervangen. Met deze ingang is er één privacywetgeving voor de gehele Europese Unie. Dit rapport verstrekt informatie over de oorzaken van de bezorgdheid van internetgebruikers omtrent hun privacy. Dit onderzoek beoogt de websitebeheerder handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid. Er wordt ingespeeld op de wensen van de internetgebruiker in combinatie met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving.

Het betreft kwalitatief onderzoek. Respondenten worden gevraagd naar hun mening, wensen en behoeften. Dit onderzoek richt zich op de gemiddelde internetgebruikers in Nederland. Er is gebruik gemaakt van een website waarbij een enquête is opgesteld en deze is vervolgens verspreid. Er zijn in totaal 337 volledig ingevulde enquêtes verwerkt.

Een groot deel van de respondenten weet niet precies hoe de techniek omtrent cookies werkt, maar zij weten wel dat hun internetgedrag wordt bijgehouden en dat er gegevens worden opgeslagen. Een meerderheid van de respondenten gaf aan het prettig te vinden om vooraf geïnformeerd te worden over het gebruik van cookies door een website. Het soort informatie dat het meest belangrijk wordt gevonden is: welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke, gegevensverstrekking aan derden, doeleinden gegevensverwerking en informatie over het weigeren en verwijderen van cookies.

De meeste respondenten zijn bereid 0 – 30 seconden te besteden aan het lezen van een cookie pop-up. Voor het gehele cookiebeleid is dit zo'n 0 – 2 minuten. Een kleine meerderheid zou het gehele cookiebeleid eerder lezen als vooraf wordt vermeld hoeveel tijd dit in beslag zal nemen. Daarnaast is een groot deel van de respondenten niet bekend met de locatie waar de uitleg over het privacybeleid van een website kan worden gevonden. Zij gaven aan dit het liefst terug te zien in de footer.

Het is belangrijk dat websitebeheerders de informatie welke de internetgebruiker als meest belangrijk ziet voldoende verwerken binnen hun beleid. Daarnaast kunnen zij inspelen op de wensen van de internetgebruiker door bijvoorbeeld vooraf te vermelden hoeveel tijd het lezen van het cookiebeleid in beslag zal nemen. Ook zullen zij moeten voldoen aan eisen vanuit de nieuwe wetgeving zoals het feit dat internetgebruikers niet meer onder druk mogen worden gezet.

Summary

Various studies have shown that Internet users are concerned about their privacy and they question the protection of their personal data. In 2018 on May 25th, the General Data Protection Regulation will replace the current regulation. Then there will be one privacy legislation for the whole European Union. This report contains information about the causes of Internet users' concerns about their privacy. This research aims to provide the owner of the website with tools to inform the Internet user in a correct way about their cookie policy. In this research the wishes of the Internet user will be integrated in the requirements of the new legislation.

For this research, qualitative research has been used. Respondents are asked about their opinions, demands and requirements. This report is focused on the average Internet users in the Netherlands. A website has been used to create the survey which has subsequently been distributed. A total of 337 completed surveys have been processed.

Most of the respondents don't exactly know how the cookie technology works, but they do know that their Internet behavior is being monitored online and that data is being stored. Many respondents said that they were pleased to be informed in advance about the use of cookies by a website. The most important information for Internet users is: which personal data is used and the responsible usage, data provision provided to third parties, data processing purposes and information about the refusal and removal of cookies.

Most respondents are willing to spend 0 – 30 seconds reading a cookie pop-up. For the whole cookie policy this is about 0 – 2 minutes. Slightly less than half would read the whole cookie policy earlier if it is stated in advance how much time this would take. A lot of the respondents are not familiar with the location where the explanation about the privacy policy of a website can be found. They give preference to see this information in the footer.

It is important that owners of a website sufficiently incorporate the information, that the Internet user sees as the most important, into their policy. In addition, they can respond to the demands of the Internet user by, for example, indicating in advance how much time the reading of the cookie policy would take. They will also have to comply with requirements from the new legislation. For example, Internet users may no longer be put under pressure.

1. Inleiding

§1.1 Aanleiding

Uit diverse onderzoeken is gebleken dat internetgebruikers bezorgd zijn over hun privacy en dat zij de bescherming van hun persoonsgegevens in twijfel trekken. Ook is er veel onwetendheid bij internetgebruikers door het positieve beeld dat wordt geschetst door websitebeheerders (Vermeulen, 2013). Zij denken anoniem te zijn op het internet en geloven dat er regelgeving is welke websitebeheerders verbiedt bepaalde informatie te verzamelen en te delen (Kool, 2011). Op de vraag hoe comfortabel mensen zijn met bedrijven welke hun persoonsgegevens gebruiken om gepersonaliseerde advertenties te plaatsen, is slechts 6% hier zeer comfortabel mee. Nederland ligt bij deze vraag onder dit gemiddelde (Custers, 2017). Ook geeft bijna 70% van de respondenten uit het DDMA (Data Driven Marketing Association) onderzoek uit 2016 aan dat privacy hen meer zorgen baart dan vijf jaar geleden (Data Driven Marketing Association, 2016). Er ontbreekt kennis bij de internetgebruikers en de vraag is óf de websitebeheerder de internetgebruiker wel precies kan uitleggen wat er met hun persoonsgegevens gebeurt na het accepteren van cookies.

Op 25 mei 2018 zal de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) de huidige regelgeving vervangen. Met de ingang van de AVG is er één privacywetgeving voor de gehele Europese Unie. De AVG heeft net als de huidige privacywetgeving stevige bevoegdheden voor alle Europese privacy toezichthouders, maar internetgebruikers krijgen wel meer rechten en mogelijkheden om voor zichzelf op te komen bij de verwerking van hun persoonsgegevens. Daarnaast worden organisaties gedwongen meer maatregelen te treffen omtrent het verkrijgen en verwerken van persoonsgegevens (Autoriteit persoonsgegevens, z.d.).

Dit rapport brengt in kaart wat de oorzaken zijn van de bezorgdheid van internetgebruikers omtrent privacy en de cookiewetgeving. Hier wordt op ingespeeld en dit onderzoek beoogt dan ook de websitebeheerder handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid. Daarnaast wordt binnen dit rapport zowel de huidige als de nieuwe wetgeving meegenomen, maar de uiteindelijke resultaten (handvatten) voor de websitebeheerders zijn gericht op de nieuwe wetgeving.

§1.1.1 Problemen met cookies

Cookies zijn kleine tekstbestanden welke websites op de harde schijf van een computer zetten op het moment dat een internetgebruiker de site bezoekt. De belangrijkste functie van deze cookies is om de ene gebruiker van de andere te kunnen onderscheiden. In paragraaf 1.2 wordt verder ingegaan op het begrip cookies (Kulche, 2018).

Volgens een kritische gespreksanalyse wordt duidelijk dat internetgebruikers bezorgd zijn over hun privacy, maar nog meer over het gebruiksgemak van internet (Vermeulen, 2013). Websitebezoekers klagen namelijk over de hinder die zij ondervinden door de vensters welke worden verkregen bij het openen van een webpagina. Ook deelnemers uit het TNO-rapport van Linda Kool et al. ervaren het disfunctioneren van een website door het weigeren van cookies als een dreigement (Kool, 2011). Internetgebruikers hebben vooral veel kritiek op de cookie pop-ups en maken zich meer zorgen over het afnemende gebruiksgemak dan hun privacy. De vraag die hierbij gesteld kan worden is of zij de informatie over de cookies op de site gelezen hebben, of dat ze zo snel mogelijk de pop-up hebben weggedrukt (Vermeulen, 2013).

Uit het 'Eurobarometer onderzoek' uit 2011 blijkt dat er bij internetgebruikers veel twijfel speelt als het gaat om de bescherming van persoonsgegevens en de persoonlijke levenssfeer. Echter geeft een

gebruiker al snel niet meer om zijn privacy als hierdoor websites niet meer goed werken. Als internetgebruikers geen toestemming geven voor het plaatsen van cookies is het mogelijk dat de website niet goed werkt blijkt uit het document 'Veelgestelde vragen over de nieuwe cookieregels' van de OPTA (Onafhankelijke Post en Telecom Autoriteit) uit juni 2012. Een website is niet verplicht een internetgebruiker toegang te geven en deze toegang wordt veelal afhankelijk gemaakt van het accepteren van cookies (OPTA, 2012). Dit is ook één van de belangrijkste gebreken rondom het huidige cookiebeleid (Vermeulen, 2013).

Daarnaast menen internetgebruikers dat zij anoniem zijn op internet, tenzij er wordt ingelogd op een website. Verder gelooft men dat er regelgeving is welke bedrijven verbiedt om informatie te verzamelen en te delen. Zij nemen aan dat websites met privacy policy krachtige standaardregels hebben om de privacy te beschermen (Kool, 2011). De algehele onwetendheid omtrent het cookiebeleid wordt deels veroorzaakt door het positieve beeld dat wordt geschilderd door websites (Vermeulen, 2013). De Telegraaf geeft bijvoorbeeld de volgende uitleg over cookies: "TMG websites en apps maken gebruik van cookies en vergelijkbare technieken voor functionele en analytische doeleinden, om het mogelijk te maken content via sociale media te delen, om informatie te verzamelen over uw voorkeuren en de informatie toe te voegen aan uw klantprofiel en om de inhoud van haar websites en advertenties af te stemmen op uw voorkeuren" (Telegraaf media groep, z.d.). Op deze manier schetsen websites het positieve beeld dat zij willen voldoen aan de voorkeuren van een internetgebruiker om zo het gebruiksgemak te bevorderen. Een internetgebruiker heeft echter juist een beperking van het gebruiksgemak aangezien het accepteren leidt tot het zien van de website en het niet accepteren kan leiden tot het niet goed werken van de website.

§1.1.2 Privacy

Het begrip privacy kan worden gedefinieerd als "het recht om met rust te worden gelaten" en kan betrekking hebben op het controleren van iemands persoonlijke informatie en vrij zijn van waarneming. Privacy is noodzakelijk voor persoonlijke expressie, creativiteit en groei en beïnvloedt bovendien iemands identiteit (Gervais, 2014).

Het DDMA privacy onderzoek uit 2016 heeft in kaart gebracht wat de houding van de consument is ten aanzien van het delen van zijn persoonlijke gegevens.

In dit onderzoek geeft 63% van de Nederlanders aan dat het begrip privacy voor hen is veranderd onder invloed van de digitale revolutie en de beschikbaarheid van online media. Ook geeft 47% van de respondenten aan dat sinds zij actief zijn op sociale media, hun mening over wat privé is en wat publiekelijk is, is veranderd. Op een schaal van 1-10 waarbij 1 staat voor "helemaal niet bezorgd" en 10 voor "zeer bezorgd" geven de respondenten een 6,9 voor online privacy en een 6,6 voor de privacy in het algemeen. Ook geeft 69% van de ondervraagden aan dat privacy hen meer zorgen baart dan vijf jaar geleden (Data Driven Marketing Association, 2016).

§1.2 Cookies

Cookies zijn tekstbestanden welke op de harde schijf van een telefoon, tablet of computer van de gebruiker geïnstalleerd worden door de website welke hij op dat moment bezoekt. De eerstvolgende keer dat de gebruiker de website bezoekt, wordt er een bestand teruggestuurd naar de server van de website waardoor de internetgebruiker wordt herkend. De gegevens welke de gebruiker identificeren, worden opgeslagen in de database van de website. Het gebruik van cookies kan voor de internetgebruiker handig zijn omdat automatisch zijn inloggegevens worden ingevuld of zijn taalvoorkeur wordt herkend. Daarnaast is het waardevol voor een website aangezien deze bij kan houden waar de internetgebruiker in geïnteresseerd is en zo kan de websitebeheerder gerichte marketinginstrumenten inzetten. Verder kunnen websites toestaan dat niet alleen zichzelf, maar ook

derden cookies plaatsen op de hardware van de gebruiker. Dit worden third-party cookies genoemd. Hier wordt verder op ingegaan in paragraaf 1.2.1. Bij deze optie wordt veel geld geïnvesteerd door de adverteerder (Spierings, 2016).

Gegevens welke op een computer staan, daaronder begrepen de tekstbestandjes welke cookies worden genoemd, maken deel uit van de persoonlijke levenssfeer van de internetgebruiker. Bij het opslaan van deze gegevens wordt er inbreuk gemaakt op het recht op privacy van de gebruiker. Daarom moeten gebruikers vooraf geïnformeerd worden over het gebruik van cookies en zelf toestemming geven. Oorspronkelijk moest er toestemming gevraagd worden voor het gebruik van alle cookies, behalve voor degene welke zorgen voor het goed functioneren van de website. Deze verplichting werd door internetgebruikers als belastend ervaren omdat vrijwel voor alle cookies akkoord gegeven moest worden. Daarnaast klikten internetgebruikers de mededelingen gedachteloos weg, zonder dat men kritisch nadacht over het feit of de cookies wel of geen inbreuk zou maken op hun privacy (Spierings, 2016).

Sinds maart 2015 is daarom de regeling omtrent het cookiebeleid versoepeld. In artikel 11.7a van de Telecommunicatiewet staan twee verplichtingen voor de website houder. Allereerst is het van belang dat de gebruiker duidelijk en volledig wordt geïnformeerd over het doel van het gebruik van cookies. Er moet op een aangegeven plaats op de website informatie staan over wat een cookie is, welke gegevens worden verzameld, wie de cookies wil opslaan, hoe het opslaan van cookies door de gebruiker kan worden geblokkeerd en voor welk doel de cookies worden gebruikt. Daarnaast is het van belang dat de website toestemming moet vragen en krijgen voor het gebruik van cookies. In deze nieuwe regeling is opgenomen dat toestemming niet nodig is voor cookies welke weinig tot geen inbreuk maken op de privacy (Spierings, 2016).

§1.2.1 Soorten cookies

In deze paragraaf wordt ingegaan op de verschillende soorten cookies. De cookies welke aan bod komen zijn: functionele cookies, analytische cookies, tracking cookies, third-party cookies en flash cookies.

Cookies waarvoor geen toestemming nodig is omdat deze weinig tot geen inbreuk maken op de privacy, wat is beschreven in de vorige paragraaf, zijn de functionele en analytische cookies. Functionele cookies zijn noodzakelijk voor het goed functioneren van een website. Zij zorgen er bijvoorbeeld voor dat taalkeuzes werken, internetgebruikers kunnen inloggen op een website of dat het gebruik van webwinkelwagens mogelijk wordt (Autoriteit Consument & Markt, z.d.).

Met de zogeheten analytische cookies wordt informatie verkregen over de kwaliteit of effectiviteit van de geleverde dienst van de informatiemaatschappij. Het is echter lastig een grens te trekken voor het wel of niet verkrijgen van toestemming door de gebruiker. Soms is er bijvoorbeeld wel toestemming nodig voor het gebruik van analytische cookies, namelijk als de eigenaar van de website deze cookies verzamelt om surfgedrag te analyseren of als er gegevens worden gecombineerd om de internetgebruiker andere aanbiedingen te tonen. Bij deze voorbeelden heeft het gebruik van cookies meer gevolgen voor de privacy van de internetgebruiker en daardoor is toestemming vereist (Spierings, 2016).

Het soort cookies dat wordt gezien als het meest problematisch, zijn de zogenaamde tracking cookies. Met deze cookies kan het individuele surfgedrag van de internetgebruiker worden bijgehouden waardoor men het advertentiebeleid er op kan afstemmen. Voor deze cookies moet toestemming worden verkregen van de internetgebruiker (Spierings, 2016).

Verder zijn er cookies van derden, ofwel third-party cookies. Dit zijn cookies waarbij websites toestaan dat andere websites cookies kunnen plaatsen op de computer van de internetgebruiker. Hierbij geeft een website de adverteerder (derde partij) toestemming om een cookie te plaatsen. De adverteerder weet dan dat de internetgebruiker de betreffende website heeft bezocht. Het voordeel ontstaat wanneer de bezoeker op een andere website toestemming geeft aan dezelfde adverteerder om cookies te plaatsen. Op deze manier lezen zij de cookies van de eerste website uit en weten zij dat de internetgebruiker beide websites heeft bezocht. Zo heeft de adverteerder meer informatie dan de betreffende websites los van elkaar (Cookiepolicy, z.d.).

Als laatste zijn er flash cookies welke gebruik maken van Adobe Flash. Dit is een techniek waarbij het mogelijk is om websites mooier weer te geven. Voorheen waren deze cookies lastig te blokkeren of verwijderen, maar door medewerking van Adobe en nieuwe browsers worden zij sinds 2011 gezien als gewone cookies en is het mogelijk om deze op verzoek te blokkeren of te verwijderen (Kulche, 2018).

§1.3 Bezorgdheid

Het DDMA privacy onderzoeksrapport uit 2016 toont aan dat vertrouwen een cruciale factor is in de bereidheid data te delen. Er wordt vooral gekeken naar de bezorgdheid over en de bereidheid tot het delen van persoonlijke gegevens (Data Driven Marketing Association, 2016).

Iemand die relatief bezorgd is, maar nog wel bereid is gegevens te delen in ruil voor een betere dienstverlening wordt geclassificeerd als een “pragmaticus”. 34% van de respondenten behoorde tot deze groep. 30% hiervan is 18-34 jaar en 70% is 35 jaar of ouder. Iemand die relatief bezorgd is en zijn gegevens niet of zo min mogelijk deelt in ruil voor een betere dienstverlening wordt een “scepticus” genoemd. De scepticus is vaak ouder. 42% van deze groep is 35-45 jaar en ongeveer 37% is 55 jaar of ouder. De “onbezorgde” is iemand die niet erg bezorgd is over het delen van gegevens. Zij zien het delen van persoonlijke gegevens als een onderdeel van de huidige data gedreven wereld. 38% van de respondenten behoort tot deze groep. Het is opvallend dat personen onder de 35 jaar vaak een “pragmaticus” of “onbezorgde” zijn en personen boven de 35 vaak “sceptisch”. (Data Driven Marketing Association, 2016).

Op een schaal van 1-10 waarbij 1 staat voor “helemaal niet bezorgd” en 10 voor “zeer bezorgd” geven Sceptici een 8,5 voor hun online privacy en hun privacy in het algemeen een 7,8. De Pragmaticus is ook vrij bezorgd (online 7,9 en algemeen 7,3). De Onbezorgde groep scoort lager, maar in tegenstelling tot de andere twee groepen zijn zij wel meer bezorgt over hun privacy in het algemeen dan over hun online privacy (online 4,8 en algemeen 5,0) (Data Driven Marketing Association, 2016).

Ook het artikel van Norman Gervais geeft aan dat uit recente schattingen blijkt dat 73% van de gebruikers het niet eens is met het feit dat zoekmachines informatie over hen verzamelen en 68% is tegen persoonlijke advertenties omdat dit het resultaat is van trackingactiviteiten (Gervais, 2014).

§1.4 Toestemming verwerking van persoonsgegevens

Bij de verwerking van persoonsgegevens geldt naast de Telecommunicatiewet (Tw) ook de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). Deze wet omvat alle regels met betrekking tot het opslaan, analyseren, gebruiken en verhandelen van informatie (Spierings, 2016).

Een persoonsgegeven is een gegeven betreffende een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon (art. 1 sub a Wbp). De verwerking van persoonsgegevens is iedere handeling of ieder geheel van handelingen met betrekking tot persoonsgegevens (art. 1 sub b Wbp). Voor het verwerken van persoonsgegevens is ondubbelzinnig toestemming nodig van degene op wie deze gegevens betrekking hebben. Dit betekent dat bij de verantwoordelijke elke twijfel uitgesloten dient te zijn over de vraag of de betrokkene zijn toestemming heeft gegeven en voor welke specifieke verwerkingen.

Rechtshandelingen kunnen vormvrij worden verricht, dit betekent dat het verlenen van toestemming afgeleid kan worden uit een actieve handeling (art. 3:37 BW). Voor zowel ondubbelzinnige toestemming (art. 8 sub a Wbp) als voor gewone toestemming (art. 11.7a TW) is een muisklik voor het akkoord gaan met het gebruik van cookies voldoende (Spierings, 2016).

Het verlenen van toestemming wordt een rechtshandeling genoemd. Door het verlenen van toestemming verklaart de betrokken partij zijn wil om een rechtsgevolg tot stand te brengen. De definitie van het geven van toestemming voor het gebruik van cookies wordt volgens artikel 1 sub i Wbp als volgt uitgelegd: “Een vrije, specifieke en op informatie berustende wilsuiting, waarmee de betrokkene aanvaardt dat hem betreffende persoonsgegevens worden verwerkt”. Door het geven van toestemming maakt de internetgebruiker zijn wil kenbaar en accepteert hij dat zijn persoonsgegevens worden verwerkt (Spierings, 2016).

In deze situatie treedt het rechtsgevolg in door een enkele wilsuiting van degene die toestemming verleent, zonder een vereiste reactie van de andere partij. Het geven van toestemming voor het gebruik van cookies kan worden gezien als aanbod en aanvaarding. In ruil voor het geven van toestemming mag de internetgebruiker de website bezoeken. Ook het aanvaarden van een aanbod kan worden gezien als een eenzijdige rechtshandeling (Spierings, 2016).

§1.4.1 Banners

Na de goedkeuring van artikel 11.7a Tw zijn er voor Nederlandse websites een aantal praktische implementaties voor de installatie van cookies om aan de nieuwe wettelijke vereisten te voldoen, namelijk: expliciete toestemming, impliciete instemming, gedwongen toestemming en gedetailleerde keuze (Leenes, 2015).

Expliciete toestemming

Veel websites in Nederland dachten na de goedkeuring van artikel 11.7a dat het niet noodzakelijk was wijzigingen aan te brengen binnen hun beleid en dat zij weg konden komen met het presenteren van een relatief onopvallende banner of pop-up. In deze banners staat veelal het volgende vermeld: “door deze site te betreden gaat u akkoord met het gebruik van cookies door deze site”, meestal aangevuld met een link wijzend op de aanvullende informatie over cookies. Op deze manier moet de gebruiker een actieve houding aannemen om de banner te sluiten om vervolgens de website te kunnen bezoeken. Door websites werd deze aanpak beschouwd als een actieve sluiting van de banner door de gebruiker en werd aangenomen dat zij hierdoor geldig toestemming verkregen (Leenes, 2015).

De banner beïnvloedt het gebruiksgemak van de internetgebruiker aangezien deze vaak aan de boven- of onderkant van het scherm wordt weergegeven wat men als een gebruikshinder ervaart. De banner geeft duidelijk weer dat de internetgebruiker een bepaalde actie uit moet voeren door de banner te sluiten. Wanneer de internetgebruiker deze niet sluit, blijft hij aanwezig. Door de banner te sluiten wordt geïmpliceerd dat de internetgebruiker instemt met het gebruik van cookies door de website. Er zijn echter veel websites waarbij ongemerkt cookies worden geplaatst omdat de internetgebruiker alleen al gebruikt maakt van de website. Hoewel het doorklikken op een banner naar voldoende wettelijk verplichte informatie leidt, is de informatie in de banners zelf onvoldoende om aan de Nederlandse toestemmingseis te voldoen. Volgens de auteurs van dit artikel is het hebben van zichtbare banners op een website is geen manier om aan te geven dat men instemt met het gebruik van cookies en tevens biedt dit de gebruiker geen mogelijkheid om zijn toestemming later in te trekken (Leenes, 2015).

Impliciete toestemming

Impliciete toestemming voor het gebruiken van cookies is een meer indirecte vorm van communicatie.

Dit zijn typische knoppen op banners welke bijvoorbeeld een tekst als “doorgaan” vermelden. Door het drukken op de knop gaat de internetgebruiker akkoord met het gebruik van cookies. De knop “doorgaan” attendeert de internetgebruiker om de melding al dan niet te lezen. De melding verdwijnt alleen als er op “doorgaan” wordt gedrukt. Deze vorm van toestemming lijkt op instructies voor een spel waarvoor men eerst op “start” moet klikken om het spel daadwerkelijk te kunnen spelen. De tekst in het bericht vermeldt informatie over cookies, maar het drukken op de knop is nog geen geldige toestemming voor het gebruik van cookies (Leenes, 2015).

Gedwongen toestemming

Een opdringerige en consequente implementatie van toestemming betreft de plaatsing van een informatie-overlay welke de onderliggende inhoud blokkeert. Deze overlay wordt een cookiemuur genoemd. Tenzij de gebruiker de cookies accepteert, wordt toegang voor de site voorkomen (Leenes, 2015).

In de praktijk is dit echter een verwarrend begrip. In de cookiemuur staat vermeld dat de site wettelijk verplicht is om toestemming van de gebruiker te verkrijgen voor het gebruik van cookies. Ook beweren zij dat de website niet goed kan functioneren als men cookies niet accepteert. Dit is een vreemde interpretatie van het cookiebeleid. Als cookies noodzakelijk zijn om een website goed te laten functioneren, hoeft de websitebeheerder dit niet te laten afhangen van toestemming van gebruiker, wat de cookiemuur dus eigenlijk overbodig maakt. Uit deze kwestie kun je concluderen dat websitebeheerders de technische oorzaak verwarren met commerciële wenselijkheid. Een deel van de cookies zullen worden gebruikt voor het aanbieden van gepersonaliseerde reclame en een deel zal betrekking hebben op de toegevoegde waarde welke het kan bieden voor de site (Leenes, 2015).

Gedetailleerde keuze

De gedetailleerde keuze neemt toestemming serieus en biedt de internetgebruiker een echte keuze. Bij deze vorm van het genereren van toestemming zijn twee varianten. De eerste variant is een benadering met twee stappen waarin eerst een banner wordt gepresenteerd met de bekende woorden “accepteer alle cookies”, maar ook een duidelijke link naar “instellingen”. Wanneer de internetgebruiker verder klikt naar instellingen krijgen zij een uitgebreid overzicht van de soorten cookies welke de site gebruikt, evenals de optie om te selecteren welke typen zij acceptabel vinden. Bij de tweede variant wordt er voor de internetgebruiker direct een dialoogvenster gepresenteerd waarin de verschillende soorten cookies worden gepresenteerd en een keuze wordt aangeboden (Leenes, 2015).

§1.4.2 Onderzoek Nederlandse Consumentenbond

Er zijn veel klachten omtrent overlays en banners die gebruikers informeren over cookies en hen verplichten actie te ondernemen. Veel internetgebruikers halen hun schouders op met betrekking tot de noodzaak om te informeren over het gebruik van cookies en zouden liever zien dat de banners en toestemmingsverzoeken verdwijnen. In april 2014 is er een enquête gehouden door de Nederlandse Consumentenbond onder 1000 Nederlandse internetgebruikers over deze kwestie (Leenes, 2015).

Gebleken is dat de helft van de respondenten altijd op “ok” klikt, terwijl 25% een keuze maakt afhankelijk van de website welke om toestemming vraagt. 71% van de respondenten zouden tracking cookies willen blokkeren en een kleine minderheid van 11% is bereid om tracking cookies van iedere website te accepteren. Van de 50% respondenten welke alle cookies accepteert, zou toch een derde alle tracking cookies willen blokkeren. Opvallend is dat 50% van de respondenten periodiek alle cookies op hun pc verwijdert. Deze resultaten laten zien dat zelfs de mensen die tracking cookies willen blokkeren, weten dat weerstand nutteloos is en dat er nauwelijks een andere mogelijkheid is dan gewoon mee te gaan in wat gevraagd wordt (Leenes, 2015).

Ongeveer een derde van de respondenten beschouwt de cookie regelgeving als een verbetering van hun online privacy, terwijl zo'n 73% de informatie over het type cookies en hun doel meestal leest. Het lijkt dus alsof mensen beter geïnformeerd worden, maar er zijn twijfels over de privacy effecten aangezien zelfs degenen welke cookies eigenlijk willen weigeren, ze toch accepteren (Leenes, 2015).

§1.4.3 Herroeping en verantwoordelijkheid

Een internetgebruiker kan het verlenen van toestemming voor het verwerken van zijn persoonsgegevens herroepen. Artikel 5 lid 2 Wbp bepaalt dat een eenmaal verleende toestemming te allen tijde kan worden herroepen. In de praktijk kan de internetgebruiker dit doen door de cookies op zijn computer te verwijderen. Bij een volgend bezoek dient de website opnieuw toestemming te vragen aan de internetgebruiker. Deze herroeping van toestemming heeft geen rechtsgevolg omtrent de verwerking van persoonsgegevens uit het verleden (Spierings, 2016).

In het TNO-rapport van Linda Kool et al. is onderzoek gedaan naar bepaalde vaardigheden van deelnemers door middel van het uitvoeren van een computeropdracht. Er is aan de deelnemers gevraagd om de browser zo in te stellen dat er geen cookies worden opgeslagen, alle cookies welke zijn opgeslagen op de pc te wissen en de laatste oorspronkelijke instellingen weer terug te zetten (Kool, 2011).

Uit dit onderzoek is gebleken dat er grote verschillen zijn onder de deelnemers wat betreft het aanpassen van browserinstellingen omtrent het instellen en verwijderen van cookies. Er is een klein aantal deelnemers welke de opdracht moeiteloos uitvoert, terwijl de helft aangaf de cookie instellingen van zijn browser weleens te hebben gewijzigd. Er is tijdens dit onderzoek na vijf minuten een stappenplan uitgedeeld om de deelnemers op gang te helpen. Een aantal deelnemers hebben na ontvangst van het stappenplan nog steeds hulp nodig bij de opdracht. Uit dit onderzoek blijkt dat deze opdracht niet eenvoudig was voor de deelnemers. Ook degene welke zeiden dat ze ervaring hadden met de instellingen, kwamen er niet geheel zelf uit (Kool, 2011).

Als de internetgebruiker instemt met het gebruik van cookies hebben zij het recht toegang te krijgen tot hun persoonlijke informatie in deze cookies. Het is, wat ook blijkt uit het onderzoek van Linda Kool et al., lastig toegang te krijgen tot deze informatie voor gebruikers. Men moet de exacte naam en locatie weten van het cookie bestand en een editor applicatie hebben om deze weer te geven. Dergelijke kennis kan geen acceptabele vereiste zijn om dit wettelijke recht uit te voeren (Mayer-Schönberger, 1998).

Er wordt een actieve instelling verwacht van de internetgebruiker als het gaat om de controle over zijn eigen dataverkeer, maar de gemiddelde internetgebruiker is hier niet toe in staat. Ook het onderzoek uit het TNO-rapport van Linda Kool et al. bevestigt deze kwestie. De verantwoordelijkheid welke bij de consument komt te liggen hangt samen met de competenties van de consument. De overheid erkent de scheve verhouding binnen machtsrelaties omtrent het beschermen van privacy op internet, maar geeft de internetgebruiker nog te weinig handvatten om hun privacy goed te kunnen controleren (Kool, 2011) (Vermeulen, 2013).

§1.4.4 Mate van controle en bewustzijn

Er is in 2012 een onderzoek uitgevoerd waarbij een aantal EU landen met elkaar zijn vergeleken omtrent gegevensbescherming en het cookiebeleid. De resultaten laten zien dat er over de controle van persoonsgegevens veel speelt. In dit onderzoek zijn de volgende landen met elkaar vergeleken: Duitsland, Zweden, Engeland, Ierland, Frankrijk, Nederland, Roemenië en Italië. Er wordt in deze paragraaf vooral ingegaan op de situatie in Nederland (Custers, 2017).

Het percentage Nederlanders in dit onderzoek welke aangeven zich bewust te zijn van het gebruik van persoonsgegevens door websitebeheerders is 83%, dit ligt ruim boven het EU-gemiddelde (74%). Dit gemiddelde ligt vrij hoog. Als er wordt gekeken naar bewustzijn met betrekking tot cookies is het EU-gemiddelde 65% en bewustzijn met betrekking tot privacy 47% (Custers, 2017).

Op de vraag hoeveel controle zij over hun persoonlijke gegevens denken te hebben, is het EU-gemiddelde 15% en beweren zij alles volledig in de hand te hebben. Nederland zit bij deze vraag onder dit gemiddelde. Wanneer gevraagd wordt naar het niveau van bezorgdheid over hun persoonsgegevens, is deze in Nederland relatief laag vergeleken met de andere EU landen. De acceptatiegraad, d.w.z. accepteren dat persoonlijke gegevens worden verwerkt omdat dit deel uitmaakt van het moderne leven, is vrij hoog in de EU (71%). Er is een grote minderheid welke de verwerking van persoonsgegevens ziet als een groot probleem (gemiddelde in de EU 35%). Op de vraag hoe comfortabel mensen zijn met bedrijven welke hun persoonsgegevens gebruiken om gepersonaliseerde advertenties te plaatsen is gemiddeld 6% hier zeer comfortabel mee. Nederland ligt bij deze vraag onder dit gemiddelde. Dit geeft aan dat zij zich bewust zijn van het feit dat het gebeurt, maar dat men hier zeker niet comfortabel mee is (Custers, 2017).

Ook het DDMA privacy onderzoek uit 2016 waarbij in kaart is gebracht wat de houding van de consument is t.a.v. het delen van zijn persoonlijke gegevens laat zien dat er meer bewustwording is over gegevensverzameling. 7 van de 10 consumenten geven aan zich er meer van bewust te zijn dat hun data wordt verzameld, meer dan in het verleden. Hetzelfde aantal geeft aan dat recent nieuws over o.a. datalekken ervoor heeft gezorgd dat zij zich meer bewust zijn van wat er met hun gegevens gebeurt. Ook de cookiewetgeving lijkt ervoor gezorgd te hebben dat consumenten zich meer bewust zijn van hun online privacy en het bijhouden van surfgedrag (Data Driven Marketing Association, 2016).

Zo'n 15% van de respondenten uit dit onderzoek zegt nauwelijks iets af te weten van de huidige data meet technieken. 48% geeft aan zich hier deels bewust van te zijn, maar niet precies te begrijpen hoe het werkt. Zo'n 37% geeft aan bewust te zijn van data meet technieken en begrijpt grotendeels hoe dit in zijn werk gaat (Data Driven Marketing Association, 2016).

§1.5 Kwantitatieve waarde persoonsgegevens

Persoonlijke gegevens van individuen heeft een geldwaarde in de data-economie en worden gezien als een tegenprestatie voor "gratis" digitale diensten. Het is echter problematisch omdat internetgebruikers zich vaak niet bewust zijn van de geldwaarde van hun persoonlijke gegevens en zij hebben hierdoor de neiging deze economische waarde te onderschatten. Ook worden internetgebruikers aangemoedigd hun persoonlijke gegevens bekend te maken voor het verkrijgen van een economisch voordeel. Denk hierbij aan een gratis Wi-Fi dienst in openbare ruimtes in ruil voor een e-mailadres. In het huidige big data tijdperk is het belangrijk een balans te vinden tussen het bevorderen van innovatie (de vrije stroom van gegevens) en de bescherming van de mensenrechten (G. Malgieri, 2017).

§1.5.1 Behavioural targeting en privacyproblemen

In de online marketing betalen adverteerders een websitebeheerder op het moment dat de internetgebruiker op een advertentie klikt. Het percentage gebruikers welke op advertenties klikt is relatief laag (tussen 0,05%-0,2%). De marketingtechniek welke er op doelt dit percentage te verhogen noemt men behavioural targeting. Hierbij worden gegevens over internetgebruikers verzameld waarbij wordt geanalyseerd wat zij lezen en waar zij naar zoeken etc. Voor deze marketingtechniek worden cookies of andere soortgelijke technieken ingezet (Borgesius, 2015).

Informatie welke wordt afgeleid uit iemands internetgebruik valt onder de bescherming van het recht op privacy. Er zijn een aantal privacy gerelateerde problemen als het gaat om behavioural targeting. Ten eerste passen mensen hun gedrag aan als zij weten dat zij worden geobserveerd. Verder hebben mensen weinig controle over hun gegevens. Het verzamelen van gegevens kan erg risicovol zijn. Hierbij kan gedacht worden aan risico's als identiteitsfraude of een datalek. Als laatste kan een vorm van discriminatie ontstaan tijdens marketingcampagnes. Bedrijven kunnen bijvoorbeeld welvarende personen overhalen met een korting om klant te worden en minder welvarende personen uitsluiten. Tenslotte kan het risico van "filter bubbles" ontstaan als algoritmes (een reeks instructies om vanaf een beginpunt een bepaald doel te bereiken) bepalen wat men ziet op het web. Gepersonaliseerde reclame kan op deze manier ongemerkt het gedrag van internetgebruikers beïnvloeden (Borgesius, 2015).

Binnen de Europese privacyregels speelt geïnformeerde toestemming een grote rol. Het recht op bescherming van persoonsgegevens in het Handvest van de Grondrechten van de Europese Unie zegt bijvoorbeeld: 'Deze gegevens moeten eerlijk worden verwerkt, voor bepaalde doeleinden en met toestemming van de betrokkene of op basis van een ander gerechtvaardigde grondslag waarin de wet voorziet'. Volgens het privacyrecht zouden toestemmingsregels internetgebruikers in staat stellen een keuze te maken in hun eigen belang. Gedragsstudies trekken de effectiviteit hiervan echter in twijfel (Borgesius, 2015).

De hiervoor genoemde kwestie heeft alles te maken met informatieasymmetrie. Dit houdt in dat internetgebruikers nauwelijks weten dat hun gegevens worden verzameld, waar deze voor worden gebruikt en wat de mogelijke consequenties kunnen zijn. Europese privacyregels proberen deze asymmetrie te verkleinen. Bedrijven dienen alle informatie te verstrekken welke noodzakelijk is om een eerlijke verwerking van persoonsgegevens te waarborgen. Dit wordt veelal gedaan door privacy verklaringen, maar bij behavioural targeting kan men zich afvragen of de websitebeheerder internetgebruikers wel kan uitleggen wat er precies met hun gegevens gebeurt. Aangezien cookies worden geplaatst door tientallen bedrijven op één website is het doorgeven van informatie gemakkelijk. Het is hierdoor lastig te achterhalen wat al deze derde partijen precies doen met de gegevens (Borgesius, 2015).

Uit gedragsstudies blijkt dat internetgebruikers gemakkelijk kunnen worden beïnvloed. Bij een opt-out regime, waarin internetgebruikers instemmen als zij geen bezwaar maken, blijkt dat men al snel 'toestemming' geeft. Internetgebruikers geven echter minder snel toestemming wanneer er een opt-in regime geldt waarbij een wilsuiking is vereist. Ook hebben internetgebruikers de neiging om nú voordeel te behalen en het nadeel in de toekomst te negeren. Als zij stuiten op een website met een trackingmuur waar voor hen belangrijke informatie op staat, zullen zij geneigd zijn cookies te accepteren en de toekomstige inbreuk op privacy te negeren (Borgesius, 2015).

§1.5.2 Transparantie

Uit onderzoek blijkt dat transparantie met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens beperkt is binnen verschillende EU landen. Over het algemeen wordt aangenomen dat er via het privacybeleid of de algemene voorwaarden transparantie wordt geboden over de persoonlijke gegevens welke worden verwerkt en voor welke doeleinden. Het probleem is echter dat er weinig mensen zijn welke deze teksten volledig lezen (EU-gemiddelde 11%). Het lezen van een privacybeleid is erg tijdrovend. Uit onderzoek is gebleken dat als men alles zou lezen dit jaarlijks 244 uur per persoon zou kosten. Uit dit onderzoek binnen de EU is gebleken dat mensen alleen bereid zijn het te lezen als dit tussen de 1-5 minuten duurt. Zelfs mensen welke moeite doen om het privacybeleid te lezen hebben vaak problemen met de zeer technische en ingewikkelde teksten. In sommige gevallen is

er een kort en duidelijker privacybeleid beschikbaar, maar de vraag is in hoeverre deze alle informatie verstrekt (Custers, 2017).

Het is duidelijk dat het privacybeleid het belangrijkste mechanisme is om gebruikers te informeren en vervolgens een geldige toestemming te krijgen voor het gebruik van cookies. Toch heeft dit privacybeleid verbetering nodig aangezien uit vele onderzoeken is gebleken dat mensen de informatie niet lezen of niet goed begrijpen. Veel onderzoekers analyseren hoe het privacybeleid effectiever kan worden ingezet om gebruikers aan te sporen het te lezen.

Capistrano en Chena (2015) geven in hun artikel bewijsmateriaal dat de lengte, de zichtbaarheid en de specificiteit van een beleid cruciale kenmerken zijn welke invloed hebben op dit probleem. Kelly et al. (2010) besprak de rol van standaardisatie in de structuur en inhoud van het privacybeleid. Als laatste benadrukt de analyse van McDonald et al. (2009) het gebrek aan begrijpelijkheid die het beleid doordringt vanwege de aanwezigheid van technische en verwarrende teksten (Tsohou, 2017).

Uit onderzoek is gebleken dat de manier waarop privacy instellingen worden gecommuniceerd naar de gebruiker bepalend is voor de bezorgdheid omtrent hun privacy (Tsohou, 2017)

§1.6 Sanctie en weigering

Wanneer cookies worden gebruikt zonder toestemming van de betreffende persoon, leidt dit tot een administratiefrechtelijke sanctie. De nakoming van deze verplichting wordt gehandhaafd door de Autoriteit Consument & Markt. Zij kunnen een bestuursdwang of een last onder dwangsom opleggen bij een overtreding (Spierings, 2016).

Wel mogen websites toegang weigeren als de internetgebruiker toestemming weigert. Volgens artikel 11.7a lid 5 Tw mogen overheidswebsites deze toegang niet weigeren. Het weigeren van toegang als de internetgebruiker toestemming weigert kan als problematisch worden gezien als de betreffende website nuttige informatie bevat welke niet door overheden kan worden uitgevoerd. Voorbeelden van deze websites zijn openbare vervoersbedrijven en nutsbedrijven. Internetgebruikers kunnen de informatie op deze websites nodig hebben en zijn op dat moment genoodzaakt cookies te accepteren die een inbreuk maakt op hun privacy (Spierings, 2016).

Voor bovenstaande situatie is de vraag in hoeverre het accepteren van cookies door de internetgebruiker dan nog een vrijewilsuiting is. In deze kwestie geldt de contractsvrijheid. Dit betekent dat de internetgebruiker zijn handelingen naar eigen inzicht mag regelen. Een internetgebruiker is bijvoorbeeld vrij om cookies te weigeren, maar dient dan wel zelf moeite te doen om een alternatieve website te vinden (Spierings, 2016).

§1.7 Nieuwe wetgeving

Op 25 mei 2018 zal de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) de huidige regelgeving vervangen. De AVG is op 25 mei 2016 in werking getreden, maar deze is pas vanaf 25 mei 2018 daadwerkelijk van toepassing zodat organisaties en toezichthouders in deze overgangsperiode de kans krijgen zich voor te bereiden op de nieuwe wet (Autoriteit persoonsgegevens, z.d.). Tot deze ingangsdatum dienen organisaties zich te houden aan de huidige Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). Er bestaan nu nog enkele verschillen binnen de EU, maar met ingang van de AVG is er één privacywet voor de gehele Europese Unie. Deze strengere Europese wet geldt voor organisaties en bedrijven welke persoonsgegevens van personeel, klanten en andere personen vastleggen. Naast namen en adressen vallen ook gegevens gekoppeld aan IP-adressen en cookies onder deze wet. Het invoeren van de nieuwe wetgeving dwingt ondernemers tot meer maatregelen en actie. De nadruk wordt gelegd op het feit dat men zich aan de wet moet houden. Ook sluit deze verordening beter aan bij de huidige, digitale tijd (Kamer van Koophandel, z.d.).

§1.7.1 Versterking en uitbreiding privacyrechten internetgebruiker

Net als de huidige privacywetgeving heeft de AVG dezelfde, stevige bevoegdheden voor alle Europese privacy toezichthouders. Met de ingang van de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) krijgen internetgebruikers echter wel meer rechten en mogelijkheden om voor zichzelf op te komen bij de verwerking van hun persoonsgegevens. Daarnaast worden ondernemers gedwongen meer maatregelen te treffen omtrent de verkrijging en verwerking van deze persoonsgegevens (Autoriteit persoonsgegevens, z.d.).

De AVG bevat een artikel speciaal gericht op het verkrijgen van toestemming. In dit artikel staan voorwaarden voor organisaties om geldige toestemming te verkrijgen van mensen om hun persoonsgegevens te mogen verwerken. Organisaties moeten kunnen bewijzen dat zij op een geldige wijze toestemming hebben gekregen. Ook moet het voor mensen net zo makkelijk zijn om hun toestemming in te trekken als dat het was om toestemming te geven. Paragraaf 1.7.2 bevat informatie over specifieke eisen waarop organisaties toestemming dienen te vragen. Paragraaf 1.7.3 bevat informatie over de aantooningsplicht (Autoriteit persoonsgegevens, z.d.).

Naast het versterken van de huidige rechten krijgt men door de ingang van de AVG ook een aantal aanvullen de rechten, namelijk: het recht op vergetelheid en het recht op dataportabiliteit. Het recht om een organisatie te vragen persoonsgegevens te verwijderen bestaat al, maar naast deze eis kan er nu ook gevraagd worden de verwijdering door te geven aan alle andere organisaties die deze persoonsgegevens hebben ontvangen. Het recht op dataportabiliteit is het onder bepaalde voorwaarden ontvangen van persoonsgegevens in een standaardformaat van de organisatie. Op deze manier kunnen gegevens gemakkelijker worden doorgegeven aan een andere leverancier van eenzelfde soort dienst. Een voorbeeld hiervan is het uitschrijven bij een sociale netwerksite en inschrijven bij een andere. Ook kunnen mensen, als dit technisch mogelijk is, eisen dat de organisatie hun persoonsgegevens direct doorstuurt naar de nieuwe dienstverlener (Autoriteit persoonsgegevens, z.d.).

§1.7.2 Specifieke eisen toestemming

Een organisatie heeft alleen het recht om (gewone) persoonsgegevens te verwerken als zij zich kunnen baseren op 1 van de 6 grondslagen uit de AVG. Eén van deze grondslagen is ‘toestemming’. Er wordt binnen de AVG niet precies voorgeschreven in welke vorm toestemming moet worden gevraagd, maar de manier waarop moet wel voldoen aan een aantal specifieke eisen (Persoonsgegevens, z.d.).

Rechtsgeldige toestemming voldoet aan de volgende eisen:

- **Vrijelijk gegeven:** een organisatie mag niet iemand onder druk zetten om toestemming te geven. Bijvoorbeeld door iemand te benadelen als hij of zij geen toestemming geeft.
- **Ondubbelzinnig:** er moet sprake zijn van een duidelijke actieve handeling. Denk hierbij aan een (digitale) schriftelijke of mondelinge verklaring. Het moet in elk geval volstrekt helder zijn dát er toestemming is verleend. Organisaties mogen niet meer uit gaan van het principe ‘wie zwijgt, stemt toe’. Het gebruik van voor-aangevinkte vakjes is dus niet toegestaan.
- **Geïnformeerd:** organisaties dienen mensen te informeren over:
 1. De identiteit van de organisatie
 2. Het doel van elke verwerking waarvoor toestemming wordt gevraagd
 3. Welke persoonsgegevens worden verzameld en gebruikt
 4. Het recht dat de internetgebruiker heeft om de toestemming weer in te trekken.Organisaties moeten deze informatie in een toegankelijke vorm aanbieden. Deze informatie

dient ook begrijpelijk te zijn zodat iemand een weloverwogen keuze kan maken. Dit betekent dat de organisatie duidelijke en eenvoudige taal moet gebruiken.

- **Specifiek:** toestemming moet steeds gelden voor een specifieke verwerking en een specifiek doel. Indien een organisatie bij de verwerking meerdere doeleinden heeft, dienen zij de betrokkene hierover te informeren en voor ieder doel afzonderlijk toestemming te vragen. Het doel mag niet gaandeweg veranderen.
- Het moet voor mensen net zo makkelijk zijn om de toestemming weer in te trekken als dat het was om toestemming te geven.
- Organisaties moeten aan kunnen tonen dat zij geldige toestemming hebben verkregen.

Als de toestemming niet voldoet aan bovenstaande eisen dan is deze niet geldig en mogen de persoonsgegevens niet worden verwerkt.

Toestemming bij kinderen

Kinderen welke jonger zijn dan 16 jaar krijgen extra bescherming binnen de AVG. Kinderen kunnen namelijk de risico's van een gegevensverwerking niet of minder goed inschatten. Zij moeten toestemming hebben van de persoon die de ouderlijke verantwoordelijkheid draagt (Persoonsgegevens, z.d.).

§1.7.3 Verantwoordingsplicht

Als een organisatie persoonsgegevens verwerkt welke zijn gebaseerd op toestemming van betrokken personen, dan dienen zij onder de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) aan de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) te kunnen laten zien dat de toestemming daadwerkelijk is verkregen. Dit maakt deel uit van de verantwoordingsplicht die de AVG hanteert (Persoonsgegevens, z.d.).

Specifiek en geïnformeerd

Twee van de eisen die de AVG stelt aan 'toestemming' zijn dat deze 'geïnformeerd' en 'specifiek' is gegeven. Om deze geldige toestemming aan te tonen is het dan ook belangrijk dat de organisatie kan laten zien op basis van welke informatie de betrokken personen de toestemming hebben gegeven. Alleen het vastleggen van de toestemming zelf is onvoldoende.

Online toestemming

Vraagt een organisatie online toestemming aan mensen voor het verwerken van hun persoonsgegevens, dan kunnen zij de informatie over het websitebezoek waarin zij de toestemming hebben gegeven vastleggen. Deze informatie kan gecombineerd worden met het volgende:

- Documentatie over het proces waarin de organisatie heeft vastgelegd op welke manier de toestemming wordt ontvangen en vastgelegd.
- Een kopie van de informatie die de betrokkenen hebben ontvangen voorafgaand aan de gegeven toestemming.

Het verwijzen naar automatische registratie van toestemming door de website is onvoldoende om geldige toestemming aan te kunnen tonen. Dit komt omdat de informatie die aan de betrokkenen is verstrekt dan ontbreekt.

Als laatste moeten organisaties ervoor zorgen dat zij voldoende data hebben waarmee zij een link tussen de verwerking én de toestemming van de betrokkene kunnen aantonen. Hierbij mogen organisaties niet meer data verzamelen dan strikt noodzakelijk om geldige toestemming aan te kunnen tonen (Persoonsgegevens, z.d.).

§1.7.4 Meer verantwoordelijkheid voor organisaties

Organisaties krijgen meer verplichtingen omtrent het verwerken van persoonsgegevens. Er wordt door de ingang van de AVG meer nadruk gelegd op de verantwoordelijkheid van organisaties om zich aan de wet te houden. Dit is de zogeheten verantwoordingsplicht welke in paragraaf 1.7.3 uitgebreid is uitgewerkt. Organisaties moeten met documenten kunnen aantonen dat zij de juiste technische en organisatorische maatregelen nemen om te voldoen aan de AVG. Een overzicht van de belangrijkste wijzigingen voor organisaties omtrent de ingang van de AVG is weergegeven in bijlage 1. Verder hoeven organisaties de verwerking van persoonsgegevens niet meer te melden bij de Autoriteit Persoonsgegevens (Autoriteit persoonsgegevens, z.d.).

§1.8 Knowledge gap en onderzoeksdoelstelling

Uit het voorgaande is vooral naar voren gekomen dat internetgebruikers bezorgd zijn over hun privacy en dat zij de bescherming van hun persoonsgegevens op het internet in twijfel trekken. Daarnaast denken zij anoniem te zijn op het internet en geloven zij dat er regelgeving is welke websitebeheerders verbiedt informatie te verzamelen en te delen. Als laatste is er veel onwetendheid bij internetgebruikers door het positieve beeld dat wordt geschetst door websitebeheerders.

Hieruit blijkt dat er kennis ontbreekt bij de internetgebruiker omtrent de cookiewetgeving. De vraag is óf de websitebeheerder de internetgebruiker wel precies kan uitleggen wat er met hun persoonsgegevens gebeurt na het accepteren van cookies. Ook is de vraag of de oorzaak van dit probleem ligt bij de actieve instelling van de internetgebruiker als het gaat om het controleren van zijn eigen dataverkeer of bij de websitebeheerder welke zijn gebruikers op een juiste manier dient te informeren over het gebruik van cookies.

Binnen dit onderzoeksrapport wordt gevraagd of de respondent weet wat cookies zijn en wat deze doen. Als de respondent antwoord met “ja”, wordt gevraagd om een uitleg. Op deze manier wordt gekeken in hoeverre zij dit daadwerkelijk weten. Ook het percentage welke “nee” antwoord is belangrijk binnen dit onderzoek. Ook wordt gekeken of de internetgebruiker het belangrijk vindt om vooraf geïnformeerd te worden over het gebruik van cookies door websites en waarom.

Het is niet bekend welke informatie de internetgebruiker noodzakelijk vindt voor in een cookie pop-up, maar dit is wel een belangrijk aspect om te onderzoeken. Een cookie pop-up is namelijk de reden voor het accepteren van het beleid óf het openen en lezen van het gehele cookiebeleid voordat men besluit om wel of niet te accepteren.

In dit onderzoek wordt meegenomen hoeveel tijd de internetgebruiker bereid is te nemen om een cookie-pop up en het gehele cookiebeleid te lezen. Dit geeft namelijk een indicatie over hoe lang een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid mag zijn volgens de internetgebruiker. Er is echter wel een spanningsveld tussen wat de internetgebruiker maximaal wil lezen enerzijds en de wettelijke verplichting voor de websitebeheerder om internetgebruikers juist te informeren anderzijds. In dit onderzoek wordt gekeken of deze twee aspecten met elkaar in overeenstemming zijn of beter op elkaar afgestemd moeten worden.

Daarnaast is niet bekend wat de internetgebruiker als relevante informatie ziet binnen het gehele cookiebeleid. Belangrijk is na te gaan wat de internetgebruiker wil weten over het gebruik van cookies voordat zij besluiten dit beleid te accepteren. Met deze informatie kunnen websitebeheerders beter inspelen op de wensen van de internetgebruiker.

Ook wordt gevraagd of de internetgebruiker het cookiebeleid eerder zou lezen als vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Als dit het geval is dan kan een websitebeheerder er bijvoorbeeld voor kiezen om dit te vermelden zodat de kans groter is dat men het beleid eerder leest.

Verder worden er vragen gesteld omtrent de gevoelens en voorkeuren van internetgebruikers omtrent de functionaliteit van een website en informatievoorziening.

Het onderzoek beoogt de websitebeheerder handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid. Het onderzoek is gericht op de nieuwe regelgeving en kan leiden tot handvatten aan websitebeheerders om in te kunnen spelen op de wensen van de internetgebruiker omtrent het gebruik van cookies. Voor de afbakening richt het onderzoek zich op internetgebruikers in Nederland.

§1.8.1 Onderzoeksvragen

Voor het behalen van de onderzoeksdoelstelling zullen er een aantal deelvragen en een hoofdvraag geformuleerd worden. De deelvragen zullen bijdragen aan het beantwoorden van de hoofdvraag. De onderzoeksvragen voor dit onderzoek luiden als volgt:

Hoofdvraag:

Op welke wijze kan de websitebeheerder de internetgebruiker informeren over het gebruik van cookies zodat zoveel mogelijk wordt voldaan aan de wensen van internetgebruikers en de nieuwe wetgeving?

Deelvragen:

1. Welke informatie vindt de internetgebruiker noodzakelijk voor in een cookie pop-up?
2. Wat is voor de internetgebruiker de meest relevante informatie binnen het gehele cookiebeleid?
3. Hoeveel tijd wil de internetgebruiker nemen om een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid te lezen?
4. Komen de wensen van de internetgebruiker omtrent de invulling van het cookiebeleid overeen met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving?

2. Materiaal en Methode

In dit hoofdstuk wordt besproken welke onderzoeksmethoden zijn gebruikt voor het verzamelen van gegevens. Daarnaast is de haalbaarheid en betrouwbaarheid van het onderzoek onderbouwd en is een planning opgesteld waarin tijden en taken aan elkaar zijn gekoppeld.

§2.1 Proefopzet

Voor het verkrijgen van informatie is gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek. Bij deze vorm van onderzoek worden respondenten door middel van een enquête gevraagd naar hun mening, wensen en behoeften. Hierbij is ingegaan op bepaalde gedragingen en verwachtingen van de doelgroep. Kwalitatief onderzoek kan ook goed worden ingezet om de doelgroep te laten meedenken over de invulling van de verbetering voor het probleem.

Het doen van kwalitatief onderzoek heeft vele voordelen waaronder de mogelijkheid om door te vragen. Verder biedt het de mogelijkheid om de methode of vraagstelling tussentijds bij te sturen aan de hand van de behaalde resultaten. Ook geven de resultaten een indicatie van wat er leeft onder de doelgroep. Dit onderzoek richtte zich op de gemiddelde internetgebruikers in Nederland. Er is een enquête uitgezet waarbij resultaten zijn verwerkt in dit rapport en sprekende citaten zijn uitgelicht. (Right marktonderzoek, z.d.).

§2.2 Materiaal en methode

Dit onderzoek richtte zich op de gemiddelde internetgebruikers in Nederland. Het was een aselechte steekproef uit internetgebruikers. Er is o.a. gebruik gemaakt van een website waarbij enquêtes zijn opgesteld. Op deze website is de enquête samengesteld en deze is vervolgens verspreid. Deze website heeft ervoor gezorgd dat alle ingevulde gegevens zijn verzameld.

De eerste vier vragen uit de enquête waren er op gericht meer informatie te verkrijgen over de respondent zelf. Hieronder vielen het geslacht, de leeftijd, het opleidingsniveau en hoe actief zij zijn op het internet. Door het analyseren en koppelen van deze resultaten is een beeld geschetst van de respondenten welke de enquête hebben ingevuld. Vragen 5 t/m 8 waren gericht op het begrip “cookies”. De resultaten uit deze vragen zijn geanalyseerd en achterhaalden of de respondent wist wat cookies waren, wat deze deden en of zij het belangrijk zouden vinden om vooraf geïnformeerd te worden of niet. Vraag 9 t/m 11 waren toegespitst op de cookie pop-up en vraag 12 t/m 14 op het gehele cookiebeleid. Er is hierbij gekeken welke informatie de internetgebruiker belangrijk zou vinden en hoeveel tijd zij zouden willen nemen voor het lezen van deze informatie. Door het analyseren van deze resultaten zijn de wensen van de internetgebruiker goed naar voren gekomen. De laatste vijf vragen waren toegespitst op de nieuwe wetgeving en gaven informatie welke bijdraagt aan de uiteindelijke handvatten voor de websitebeheerder. Alle vragen uit de enquête waren op een bepaalde manier gegroepeerd, maar hadden wel allemaal een verband met elkaar. Alle inhoudelijke informatie over het privacybeleid en de wensen van de internetgebruiker zijn gekoppeld aan de persoonlijke informatie van de respondent om te kijken of bijvoorbeeld leeftijd of opleidingsniveau hierbij een rol speelt.

Alle gegevens zijn met het programma Excel verwerkt in verschillende grafieken waardoor er een overzichtelijk beeld is gecreëerd van de resultaten. Er is per vraag kritisch gekeken naar de resultaten en hieruit zijn conclusies getrokken. Op deze manier zijn alle vragen uit de enquête nauwkeurig geanalyseerd en hebben de conclusies uit deze resultaten uiteindelijk geleid tot het beantwoorden van de deelvragen. De informatie welke voortvloeide uit de beantwoording van de deelvragen heeft geleid tot het beantwoorden van de hoofdvraag.

Voor het waarborgen van de betrouwbaarheid en relevantie van de resultaten was het belangrijk om te voldoen aan bepaalde criteria. Ten eerste was het van belang dat het onderzoek objectief en onafhankelijk zou worden uitgevoerd. Daarnaast was het van belang dat de resultaten controleerbaar, herhaalbaar en nauwkeurig waren. Het was belangrijk om te kijken naar het te behalen aantal respondenten zodat er met zekerheid kon worden gezegd dat het onderzoek representatief was. De website SurveyMonkey had een overzicht gemaakt waarop men kon inschatten hoe groot de steekproef diende te zijn om een nauwkeurige schatting van de populatie te kunnen maken. Aangezien dit onderzoek zich richtte op de gemiddelde Nederlandse internetgebruikers was de populatiegrootte 1.000.000+. Hierbij is een betrouwbaarheidsinterval van 90-95% genomen en een foutmarge van 5% waarbij voor een representatief onderzoek minimaal 270 – 285 respondenten moesten worden behaald (SurveyMonkey, z.d.).

Ook was het belangrijk dat er een duidelijke conclusie getrokken kon worden uit de resultaten van het onderzoek zodat er een uitspraak kon worden gedaan.

Om de betrouwbaarheid van de enquête te waarborgen is deze enquête uitvoerig getest voordat deze online is gezet. Willekeurige testpersonen hebben de enquête ingevuld en eventuele kritische opmerkingen doorgegeven. Op deze manier is gekeken naar hoe de vragen geïnterpreteerd konden worden en zijn er nog een aantal aanpassingen aangebracht.

§2.3 Toelichting enquêtevragen

In deze paragraaf is een toelichting gegeven op de enquêtevragen uit bijlage 2.

1. Wat is uw geslacht?

De populatie indelen naar aanleiding van geslacht gaf inzicht in hoeverre vrouwen en mannen verschillen in kennis en gedragingen omtrent het gebruik van cookies door websites.

2. Wat is uw leeftijd?

De populatie groeperen in leeftijdscategorieën gaf veel informatie over de verhouding tussen leeftijd en gedrag/implementatie omtrent het gebruik van cookies door websites.

3. Wat is uw hoogst genoten opleidingsniveau?

Het genoten opleidingsniveau van de internetgebruiker gaf inzicht in hoeverre zij de informatieverstrekking over het cookiebeleid begrepen en hierop inspeelden. Voor de resultaten kon het opleidingsniveau eventueel worden gekoppeld aan de te gebruiken zinslenge voor websitebeheerders.

4. Hoe actief bent u op het internet? Ik gebruik internet:

Het was goed om te weten of de respondent actief was op het internet zodat er met zekerheid kon worden gezegd dat hij/zij regelmatig in aanraking kwam met het gebruik van cookies door websites.

5. Weet u wat cookies zijn en wat deze doen?

Het was van belang na te gaan of de respondent wist wat cookies waren en wat deze deden om verdere vragen te kunnen stellen omtrent dit onderwerp. Wist de respondent niet wat cookies waren of wat deze deden, dan werd er een korte uitleg gegeven waarna de enquête zich voortzette. Gaf de respondent aan dit wel te weten, dan werd er om een uitleg gevraagd waardoor er achterhaald kon worden of dit klopte met de werkelijkheid.

6. Wat zijn cookies volgens u?

Respondenten welke op vraag 5 “ja” antwoordden werden gevraagd om bij deze vraag een uitleg te geven. Op deze manier werd achterhaald of degene die dachten te weten wat cookies waren en wat ze deden het ook daadwerkelijk correct hadden.

7. Vindt u het belangrijk dat u vooraf geïnformeerd wordt over het gebruik van cookies door de website? Waarom?

Met deze vraag werd achterhaald of de respondent het belangrijk vond vooraf geïnformeerd te worden over het gebruik van cookies door een website. Er werd ook gevraagd om een uitleg waarom zij dit dan wel of niet belangrijk vonden.

8. Hoe belangrijk vindt u het dat er informatie aanwezig is over het gebruik van cookies door een website? (omcirkelen: niet belangrijk 1 – 10 heel belangrijk).

In deze vraag werd gekeken in welke mate de respondent het belangrijk vond dat zij vooraf werden geïnformeerd over het gebruik van cookies door een website. De schaal van 1-10 gaf een duidelijk beeld in hoeverre zij dit belangrijk vonden.

9. Welke soort informatie vindt u het meest belangrijk voor in een cookie pop-up?

In deze vraag werd gericht gevraagd naar het soort informatie dat de respondent belangrijk vond voor in een cookie pop-up. Hierbij werden een aantal opties gegeven waarbij de respondent maximaal 2 antwoorden mocht aankruisen. Deze informatie is meegenomen in de handvatten welke zijn opgesteld voor de websitebeheerder.

10. Waarom vindt u deze informatie belangrijk voor in een cookie pop-up?

Vraag 10 was het vervolg op de antwoorden uit vraag 9. Er werd om een uitleg gevraagd voor de gekozen antwoorden. Dit gaf inzicht in de motivatie voor de gemaakte keuze.

11. Hoeveel tijd bent u bereid te nemen voor het lezen van een cookie pop-up?

Bij deze vraag werd de nadruk gelegd op de hoeveelheid tijd die de respondent bereid was te nemen voor het lezen van een cookie pop-up. Er werden meerkeuze opties gegeven waarbij de resultaten konden worden omgerekend in de hoeveelheid tekst.

12. Welke informatie vindt u het meest belangrijk voor in het gehele cookiebeleid?

In deze vraag werd gericht gevraagd naar het soort informatie dat de respondent belangrijk vond voor in het gehele cookiebeleid. Hierbij werden een aantal opties gegeven waarbij de respondent maximaal 4 antwoorden mocht aankruisen. Deze informatie is meegenomen in de handvatten welke zijn opgesteld voor de websitebeheerder.

13. Waarom vindt u deze informatie belangrijk binnen het gehele cookiebeleid?

Vraag 13 was het vervolg op de antwoorden uit vraag 12. Er werd om een uitleg gevraagd voor de gekozen antwoorden. Dit gaf inzicht in de motivatie voor de gemaakte keuze.

14. Hoeveel tijd bent u bereid te nemen voor het lezen van het gehele cookiebeleid?

Bij deze vraag werd de nadruk gelegd op de hoeveelheid tijd die de respondent bereid was te nemen voor het lezen van het gehele cookiebeleid. Er werden meerkeuze opties gegeven waarbij de resultaten konden worden omgerekend in de hoeveelheid tekst.

15. Zou u het gehele cookiebeleid eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen?

In de laatste situatie werd de “wat als...” situatie geschetst. De resultaten uit deze vraag gaven aan of de respondent een cookiebeleid eerder zou lezen als er vooraf zou worden vermeld hoeveel tijd dit in beslag zou nemen of dat dit geen invloed had.

16. In het huidige beleid kunt u als internetgebruiker benadeeld worden als u besluit cookies van een website te weigeren. In welke situatie voelt u zich benadeeld?

Bij de ingang van het nieuwe privacybeleid mogen internetgebruikers niet meer worden benadeeld,

ondanks het accepteren of weigeren van cookies. Door het stellen van deze vraag werd gekeken wanneer een internetgebruiker zich benadeeld zou voelen.

17. Door het weigeren van cookies is het mogelijk dat u een website niet kunt bezoeken. Stel, u kunt in alle gevallen de website bezoeken ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Wat zou u dan doen?

Met de ingang van de nieuwe privacywetgeving kunnen internetgebruikers in alle gevallen de website bezoeken, ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Het antwoord op deze vraag gaf aan of de respondent dan eerder geneigd was cookies te weigeren of niet.

18. Bent u bekend met de locatie waar u het privacybeleid van websites (veelal) kunt vinden?

Antwoorden op deze vraag gaven aan of internetgebruikers wisten waar zij alle benodigde informatie over het cookiebeleid konden vinden.

19. De nieuwe wetgeving vermeldt dat het voor mensen o.a. net zo makkelijk moet zijn om toestemming weer in te trekken als dat het was om toestemming te geven. Waar zou u deze informatie en alle andere belangrijke informatie omtrent het cookiebeleid terug willen vinden op de website?

De resultaten uit deze vraag lieten zien waar internetgebruikers de informatie over het privacybeleid op de website graag zouden willen terug vinden. De antwoorden op deze vraag gaf belangrijke informatie welke is verwerkt voor in de handvatten voor websitebeheerders.

§2.4 Planning

Tabel 1. Planning

Week	Taak
38	Brainstormen onderwerp
39	Brainstormen onderwerp
40	Definitieve keuze onderwerp
41	Inleiding
46	Materiaal en methode + opstellen enquête
10	Uitzetten enquête
11	Data verzamelen
12	Data verwerken in de resultaten
13	Discussie, conclusie en aanbeveling
16	Afronding afstudeerwerkstuk

3. Resultaten

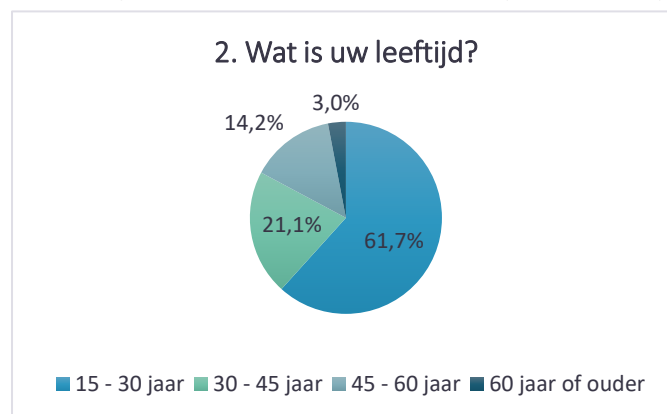
De hoofdvraag: “Op welke wijze kan de websitebeheerder de internetgebruiker informeren over het gebruik van cookies zodat zoveel mogelijk wordt voldaan aan de wensen van internetgebruikers en de nieuwe wetgeving?”, wordt per deelvraag beantwoord. De resultaten uit dit onderzoek zullen antwoord geven op de deelvragen.

Er zijn in totaal 337 volledig ingevulde enquêtes verkregen en verwerkt. Twee onvolledig ingevulde enquêtes zijn niet meegenomen in de verwerking van de resultaten. Allereerst komen er resultaten aan bod welke meer informatie geven over de respondenten waaronder de leeftijd en het opleidingsniveau. Daarnaast zijn er resultaten welke inzicht geven in de kennis van de respondenten betreffende het onderwerp “cookies”. Vervolgens worden de resultaten welke specifiek gericht zijn op de deelvragen uit dit onderzoek gepresenteerd. Voor de open vragen worden de antwoorden gerubriceerd en ook worden er sprekende zinnen weergegeven. Een volledig overzicht van de resultaten wordt weergegeven in bijlage 3.

§3.1 Basisgegevens en kennis respondenten

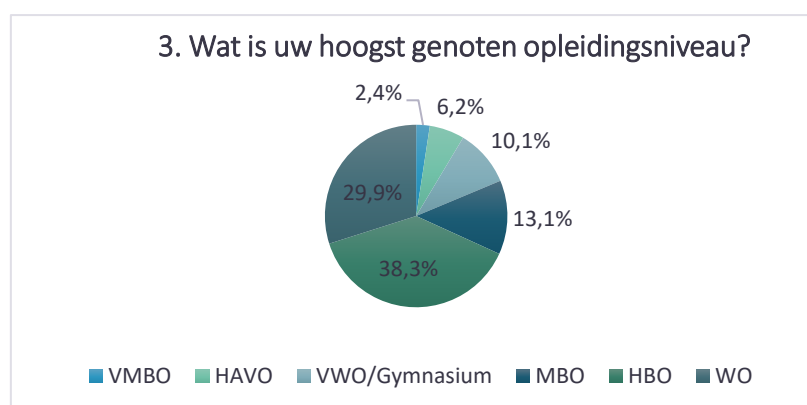
Om een goed beeld te krijgen van de respondenten welke de enquête hebben ingevuld zijn er een aantal algemene vragen gesteld om deze gegevens te verkrijgen. Onder de respondenten is 88,1% vrouw en 11,9% man.

Het overgrote deel van de respondenten heeft een leeftijd tussen de 15 – 30 jaar (61,7%). Hierna volgt 30 – 45 jaar met 21,1%, 45 – 60 jaar met 14,2% en 3% van de respondenten zijn 60 jaar of ouder.



Figuur 1. Leeftijdscategorieën respondenten

Op de vraag over het hoogst genoten opleidingsniveau scoort HBO het hoogste percentage (38,3%). Daaropvolgend WO (29,9%), MBO (13,1%), VWO/Gymnasium (10,1%), HAVO (6,2%) en VMBO (2,4%).



Figuur 2. Opleidingsniveau respondenten

Op de vraag hoe actief de internetgebruiker is op het internet antwoordt maar liefst 99,7% dagelijks gebruik te maken van het internet. De overige 0,3% geeft aan wekelijks gebruik te maken van het internet.

Op de vraag of de internetgebruiker weet wat cookies zijn en wat deze doen geeft 85,8% aan dit te weten. De overige 14,2% geeft aan dit niet te weten. Vervolgens werd gevraagd: “Wat zijn cookies volgens u?”. Open antwoorden worden op verschillende manieren geformuleerd, maar over het algemeen wordt vaak hetzelfde bedoeld. Al deze open antwoorden zijn daarom opgedeeld in vijf verschillende rubrieken. Ook waren er antwoorden met een uitgebreide toelichting waardoor deze in meerdere rubrieken passen. Al deze antwoorden zijn in rubrieken geplaatst en achter iedere rubriek staat aangegeven hoe vaak dit antwoord is gegeven. Onderstaand een overzicht van de gerubriceerde antwoorden en een aantal toelichtingen op de vraag “Wat zijn cookies volgens u?”:

Tabel 2. Gerubriceerde antwoorden omschrijving cookies

Rubriek	Aantal
Ik heb geen idee hoe deze techniek werkt	36
Er wordt gekeken waar je interesses liggen zodat advertenties daarop afgestemd kunnen worden	79
Een manier om (persoons) gegevens op te slaan	127
Cookies zorgen ervoor dat je surfgedrag/internetgedrag gemonitord wordt	191
Het is een vervelende techniek	13

- *“Geen idee hoe de software in elkaar steekt, maar ze weten heel precies waar je mee bezig bent”*
- *“Door middel van cookies wordt er gekeken waar je interesses liggen zodat advertenties daarop afgestemd kunnen worden”*
- *“Gegevens die opgeslagen worden en waarmee gericht kan worden geadverteerd en geprofileerd”*
- *“Kleine bestandjes die door websites op mijn computer worden geplaatst waar data wordt vastgelegd”*
- *“Iets wat websitebeheerders kunnen plaatsen om je surfgedrag te kunnen volgen”*
- *“Hinderlijk en geen toegevoegde waarde voor de gebruiker”*

Op de vraag of de internetgebruiker het belangrijk vindt vooraf geïnformeerd te worden over het gebruik van cookies door een website antwoordt een meerderheid van 52,8% “Ja”. De overige 47,2% geeft aan dit niet belangrijk te vinden. Onderstaand een aantal toelichtingen:

- *“Ja, omdat ik wil weten waarom ze mijn gegevens willen vastleggen”*
- *“Ja, omdat ik dan een keuze kan maken of ik doorga”*
- *“Ja, omdat mensen zich er van bewust moeten zijn wat ze toelaten als ze cookies accepteren”*
- *“Nee, omdat je zonder cookies niet eens verder komt op de websites, je moet ze wel accepteren..”*
- *“Nee, omdat ik zelf de boodschap bijna altijd weg klik aangezien er toch niets aan te doen is. Maar, ik vind wel dat ze het moeten meedelen”*

Vervolgens is de vraag gesteld om op een schaal van 1 tot 10 (1 = niet belangrijk, 10 = heel belangrijk) aan te geven hoe belangrijk de internetgebruiker het vindt dat er informatie aanwezig is over het gebruik van cookies door een website. De volgende resultaten kwamen naar voren:

Tabel 3. Schaalverdeling belangrijkheid vooraf informeren

Niet belangrijk								Heel belangrijk	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9,8%	6,5%	6,2%	7,4%	10,1%	9,5%	14,2%	18,8%	8,3%	9,2%

Uit bovenstaand overzicht is af te lezen dat de hoogste percentages zich bevinden richting de zone “heel belangrijk”. Het gemiddelde van alle gegeven cijfers komt uit op een 6,0.

§3.2 Welke informatie vindt de internetgebruiker noodzakelijk voor in een cookie pop-up?

Voor de vraag “Welke soort informatie vindt u het meest belangrijk voor in een cookie pop-up?” werden verschillende antwoordmogelijkheden gegeven. In totaal mochten de respondenten bij deze vraag twee antwoordmogelijkheden aankruisen. Onderstaand een overzicht van de resultaten:

Tabel 4. Belangrijkste informatie voor in een cookie pop-up

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Informatie over de identiteit van de organisatie	4,7%
Informatie over wat cookies zijn	4,1%
Informatie over het soort cookies dat wordt gebruikt	8,2%
Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies	15,8%
Doeleinden gegevensverwerking	16,8%
Welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke	20,3%
Gegevensverstrekking aan derden	18,5%
Beveiliging gegevens	6,8%
Inzage en correctie gegevens en recht van verzet	1,4%
Anders	3,4%

Uit bovenstaand overzicht is op te maken dat informatie over welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke het hoogste scoort (20,3%). Gevolgd door gegevensverstrekking aan derden (18,5%), doeleinden gegevensverwerking (16,8%) en informatie over het weigeren en verwijderen van cookies (15,8%).

Het vervolg op deze vraag was een toelichting voor de gekozen antwoorden. Open antwoorden worden op verschillende manieren geformuleerd, maar over het algemeen wordt vaak hetzelfde bedoeld. Al deze open antwoorden zijn daarom opgedeeld in vijf verschillende rubrieken. Ook waren er antwoorden met een uitgebreide toelichting waardoor deze in meerdere rubrieken passen. Al deze antwoorden zijn in rubrieken geplaatst en achter iedere rubriek staat aangegeven hoe vaak dit antwoord is gegeven. Onderstaand een overzicht van de gerubriceerde antwoorden en een aantal toelichtingen op de vraag: “Waarom vindt u deze informatie belangrijk voor in een cookie pop-up?”.

Tabel 5. Gerubriceerde toelichtingen

Rubriek	Aantal
Ik wil weten wat er met welke gegevens wordt gedaan (het doel)	119

Ik wil weten wie mijn gegevens gaat gebruiken	51
Het is privacygevoelige informatie en ik wil dat hier veilig mee wordt omgegaan	67
Als ik goed wordt geïnformeerd kan ik een betere beslissing nemen of ik akkoord wil gaan of niet	29
Ik wil weten waar ik aan toe ben en nog enigszins controle hebben over mijn eigen gegevens	75

- *“Het is van belang om te weten wat voor cookies er worden gebruikt en voor welke doeleinden ze worden ingezet”*
- *“Omdat ik wil weten wat er gebeurt met mijn gegevens”*
- *“Ik wil niet dat de informatie wordt verkocht of anderszinds gedeeld”*
- *“Algemene informatie, openheid en transparantie”*
- *“Omdat ik het belangrijk vind dat mijn gegevens goed beschermd worden”*
- *“Ik wil graag weten waar iets vandaan komt en hoe ik daar regie over kan voeren”*
- *“Cookies moet je ook kunnen verwijderen, dus dat is handig om te weten hoe dat kan. Daarnaast is het voor een veiliger gevoel belangrijk om te weten hoe je gegevens beveiligd worden”*

§3.3 Wat is voor de internetgebruiker de meest relevante informatie binnen het gehele cookiebeleid?

Voor de vraag “Welke soort informatie vindt u het meest belangrijk voor in het gehele cookiebeleid?” werden verschillende antwoordmogelijkheden gegeven. In totaal mochten de respondenten bij deze vraag vier antwoordmogelijkheden aankruisen. Onderstaand een overzicht van de resultaten:

Tabel 6. Belangrijkste informatie voor in het gehele cookiebeleid

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Informatie over de identiteit van de organisatie	6,2%
Informatie over wat cookies zijn	4,9%
Informatie over het soort cookies dat wordt gebruikt	8,2%
Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies	12,9%
Doeleinden gegevensverwerking	17,8%
Welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke	13,7%
Gegevensverstrekking aan derden	18,6%
Beveiliging gegevens	12,3%
Inzage en correctie gegevens en recht van verzet	3,6%
Anders	1,8%

Uit bovenstaand overzicht is op te maken dat informatie over de gegevensverstrekking aan derden het hoogste scoort (18,6%). Gevolgd door doeleinden gegevensverwerking (17,8%), welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke (13,7%) en informatie over het weigeren en verwijderen van cookies (12,9%).

Het vervolg op deze vraag was een toelichting voor de gekozen antwoorden. Open antwoorden worden op verschillende manieren geformuleerd, maar over het algemeen wordt vaak hetzelfde bedoeld. Al deze open antwoorden zijn daarom opgedeeld in vijf verschillende rubrieken. Ook waren er antwoorden met een uitgebreide toelichting waardoor deze in meerdere rubrieken passen. Al deze

antwoorden zijn in rubrieken geplaatst en achter iedere rubriek staat aangegeven hoe vaak dit antwoord is gegeven. Onderstaand een overzicht van de gerubriceerde antwoorden en een aantal toelichtingen op de vraag: “Waarom vindt u deze informatie belangrijk voor in een cookie pop-up?”.

Tabel 7. Gerubriceerde toelichtingen

Rubriek	Aantal
Ik wil weten wat er met welke gegevens wordt gedaan (het doel)	103
Ik wil weten wie mijn gegevens gaat gebruiken	28
Het is privacygevoelige informatie en ik wil dat hier veilig mee wordt omgegaan	71
Als ik goed wordt geïnformeerd kan ik een betere beslissing nemen of ik akkoord wil gaan of niet	15
Ik wil weten waar ik aan toe ben en nog enigszins controle hebben over mijn eigen gegevens	40

- *“Ik wil vooral weten welke gegevens ze van mij willen, hoe en waarom ze die opslaan en wie er verder toegang toe kan hebben. Dat is voor mij het meest relevant”*
- *“Het gaat over persoonsgegevens en de bescherming daarvan. Tamelijk belangrijk”*
- *“Het is prettig om op de hoogte te zijn van wat een website met jouw persoonlijke gegevens doet, zodat je zelf een bewuste keuze kunt maken of je hiermee akkoord gaat”*
- *“Ik wil controle hebben over mijn eigen gegevens”*

§3.4 Hoeveel tijd wil de internetgebruiker nemen om een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid te lezen?

Ook werd gevraagd hoeveel tijd de internetgebruiker zou willen nemen voor het lezen van een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid. In onderstaande tabel worden de resultaten weergegeven.

Tabel 8. Te besteden tijd

Cookie pop-up		Cookiebeleid	
Tijd	Percentage	Tijd	Percentage
0 – 30 seconden	85,4%	0 – 2 minuten	74,2%
30 seconden – 1 minuut	11,0%	2 – 4 minuten	18,1%
1 – 1,5 minuut	2,7%	4 – 6 minuten	5,3%
1,5 – 2 minuten	0,3%	6 – 8 minuten	0,3%
Meer dan 2 minuten	0,6%	8 – 10 minuten	0,9%
		Meer dan 10 minuten	1,2%

Uit bovenstaande tabel is af te lezen dat de meeste internetgebruikers aangeven bereid te zijn 0 – 30 seconden te willen besteden aan het lezen van een cookie pop-up. Als het gaat om het lezen van het gehele cookiebeleid dan zijn de meeste internetgebruikers bereid hier 0 – 2 minuten voor uit te trekken.

Om tijd uit te drukken in een bepaald aantal woorden wordt de tijd en de leessnelheid met elkaar vergeleken wat resulteert in het aantal woorden. 0 – 30 seconden, met een gemiddelde leessnelheid van 130 woorden per minuut resulteert in 0 tot 65 woorden voor een cookie pop-up.

0 – 2 minuten met een gemiddelde leessnelheid van 130 woorden per minuut resulteert in 0 tot 260 woorden voor het gehele cookiebeleid (Nederlands Debat Instituut, z.d.).

Op de vraag: “Zou u het gehele cookiebeleid eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen?” antwoordt een meerderheid van 51,3% “Nee”. De overige 48,7% geeft aan het wel eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel tijd zit zal kosten.

§3.5 Komen de wensen van de internetgebruiker omtrent de invulling van het cookiebeleid overeen met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving?

Binnen het onderzoek zijn er een aantal vragen gesteld waarbij de wensen van de internetgebruiker worden gekoppeld aan de eisen vanuit de nieuwe wetgeving.

In het huidige beleid kan de internetgebruiker worden benadeeld als zij besluiten cookies van een website te weigeren. De vraag welke hierbij is gesteld is: “In welke situatie voelt u zich benadeeld?”. Er werden een aantal antwoordmogelijkheden gegeven óf de respondent kon “Anders” aankruisen en een eigen toelichting geven. Onderstaand een overzicht van de gegeven antwoorden en een aantal toelichtingen op “Anders”.

Tabel 9. Benadeelde situaties

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Als ik hierdoor de gehele website niet mag bezoeken	54,6%
Als ik hierdoor een gedeelte van de website niet mag zien	33,5%
Als hierdoor websites zich niet aan mijn interesses aanpassen	0,6%
Als ik hierdoor steeds opnieuw bepaalde instellingen moet instellen (inloggen/taalinstellingen)	3,0%
Als hierdoor artikelen welke in mijn winkelwagentje zijn geplaatst niet worden onthouden bij het verlaten van de website	1,2%
Anders	7,1%

Uit bovenstaand overzicht is op te maken dat een internetgebruiker zich voornamelijk benadeeld voelt als zij door het weigeren van cookies een gedeelte (33,5%) of de gehele (54,6%) website niet mogen zien.

- “Ik voel me niet benadeeld, want ik kies er zelf voor”
- “In alle situaties voel ik mij benadeeld”
- “Ik voel mij sowieso benadeeld als dit mij als straf wordt voorgehouden”
- “Meerdere antwoorden. Daarom maak ik zelf de keuze om cookies niet te blokkeren. Je kunt er ook voor kiezen om dat wel te doen”
- “Combinatie van A, C en D”

Als een internetgebruiker cookies weigert is het mogelijk dat de website niet kan worden bezocht. De volgende vraag is gesteld: “Stel, u kunt in alle gevallen de website bezoeken ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Wat zou u dan doen?” Onderstaand een overzicht van de resultaten met bijbehorende toelichtingen.

Tabel 10. Besluitvorming

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Ik zou cookies weigeren	62,6%
Ik zou cookies accepteren	17,5%
Het maakt mij niet uit	19,9%

Uit bovenstaand overzicht is op te maken dat wanneer internetgebruikers ten alle tijden een website mogen bezoeken, ondanks het weigeren of accepteren van cookies, zij eerder geneigd zijn om cookies te weigeren.

- *“Ik zou cookies weigeren omdat ik liever zo min mogelijk gegevens achterlaat”*
- *“Ik zou cookies weigeren omdat privacy voor mij belangrijk is”*
- *“Ik zou cookies weigeren omdat er voor mij dan geen belang meer is om ze wel te accepteren”*

- *“Ik zou cookies accepteren omdat cookies ook zorgen voor aanpassingen aan de website in mijn voordeel”*
- *“Ik zou cookies accepteren omdat ik het praktisch vind dat bepaalde gegevens worden opgeslagen”*

- *“Het maakt mij niet uit omdat ik de cookies wis zodra ik de pagina verlaat”*
- *“Het maakt mij niet uit omdat gegevens toch wel op de een of andere manier worden opgeslagen”*
- *“Het maakt mij niet uit omdat het afhankelijk is van site tot site welke gegevens ze onthouden + wat ze er mee doen”*

Op de vraag: “Bent u bekend met de locatie waar u het privacybeleid van websites (veelal) kunt vinden?” geeft een meerderheid van 59,9% aan hier niet bekend mee te zijn. De overige 40,1% geeft aan wel bekend te zijn met deze locatie.

De nieuwe wetgeving vermeldt dat het voor mensen o.a. net zo makkelijk moet zijn om toestemming weer in te trekken als dat het was om toestemming te geven. De vervolgvraag welke hieruit voortkomt is: “Waar zou u deze informatie en alle andere belangrijke informatie omtrent het cookiebeleid terug willen vinden op de website?”. Voor deze vraag werden er een aantal antwoordmogelijkheden gegeven, maar ook de optie “Anders” kon gekozen worden. Onderstaand een overzicht van de resultaten en een aantal toelichtingen op de keuze “Anders”.

Tabel 11. Locatie informatieverstrekking cookies

Antwoordmogelijkheden	Percentage
In de footer (onderste balk van een website)	47,2%
In de header (de kop bovenaan een website)	32,3%
In het menu	18,4%
Anders	2,1%

Uit bovenstaand overzicht is op te maken dat de voorkeur van internetgebruikers voor de locatie van het privacybeleid op websites uit gaat naar de footer.

- *“In een link in de consent pop-up. En in de header”*
- *“In het menu én de footer”*

§3.6 Kruisverbanden

Er is kritisch gekeken naar het maken van kruisverbanden tussen antwoorden van verschillende categorieën zoals leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus. Deze resultaten geven een goed beeld van de onderlinge samenhang tussen antwoorden uit verschillende categorieën.

De mannelijke respondenten hebben voornamelijk een leeftijd tussen de 45 – 60 jaar en WO als hoogst genoten opleidingsniveau. Het cijfer dat zij geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website is een gemiddelde van 6,3. Zij vinden informatie over de doeleinden van de gegevensverwerking en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. Zij geven aan eerder het gehele cookiebeleid te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De vrouwelijke respondenten hebben voornamelijk een leeftijd tussen de 15-30 jaar en HBO als hoogst genoten opleidingsniveau. Het cijfer dat zij geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website is een gemiddelde van 5,9. Zij vinden informatie over gegevensverstrekking aan derden en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid niet eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De leeftijdscategorie tussen 15 – 30 jaar geeft voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 5,9. Zij vinden informatie over de gegevensverstrekking aan derden en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. In deze categorie zou de ene helft het cookiebeleid wel eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen en de andere helft zou dit niet doen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De leeftijdscategorie tussen 30 – 45 jaar geeft voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 5,5. Zij vinden informatie over de gegevensverstrekking aan derden en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid niet eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De leeftijdscategorie tussen 45 – 60 jaar geeft voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 6,5. Zij vinden informatie over de doeleinden van de gegevensverwerking en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de header van een website.

De leeftijdscategorie van 60 jaar en ouder geeft voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 6,6. Zij vinden informatie over de gegevensverstrekking aan derden en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de header van een website.

De respondenten met VMBO als hoogst genoten opleidingsniveau geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 4,3. Zij vinden informatie over het weigeren en verwijderen van cookies het meest belangrijk. In deze categorie zou de ene helft het cookiebeleid wel eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel

minuten dit in beslag zal nemen en de andere helft zou dit niet doen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De respondenten met HAVO als hoogst genoten opleidingsniveau geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 5,9. Zij vinden informatie de gegevensverstrekking aan derden het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de header van een website.

De respondenten met VWO/Gymnasium als hoogst genoten opleidingsniveau geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 7,1. Zij vinden informatie de doeleinden van de gegevensverwerking het meest belangrijk. In deze categorie zou de ene helft het cookiebeleid wel eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen en de andere helft zou dit niet doen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De respondenten met MBO als hoogst genoten opleidingsniveau geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 5,5. Zij vinden informatie over de gegevensverstrekking aan derden het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid niet eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de header van een website.

De respondenten met HBO als hoogst genoten opleidingsniveau geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 5,9. Zij vinden informatie over de doeleinden van de gegevensverwerking en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid niet eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

De respondenten met WO als hoogst genoten opleidingsniveau geven voor de belangrijkheid omtrent de informatieverstrekking over cookies op een website een gemiddeld cijfer van 6,0. Zij vinden informatie over de gegevensverstrekking aan derden het meest belangrijk. Zij geven aan het gehele cookiebeleid niet eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Zij zouden de informatieverstrekking over cookies graag terug zien in de footer van een website.

Bovenstaande resultaten gelden specifiek voor een bepaalde categorie. De algehele resultaten uit het onderzoek geven een goed beeld van de wensen, mening en behoeften van de gemiddelde internetgebruikers in Nederland.

4. Discussie

Dit rapport brengt in kaart wat de oorzaken zijn van de bezorgdheid van internetgebruikers omtrent privacy en de cookiewetgeving. Het onderzoek is gericht op de nieuwe wetgeving en brengt in kaart op welke manier websitebeheerders kunnen inspelen op de wensen van de internetgebruiker omtrent het gebruik van cookies. Dit rapport beoogt de websitebeheerder handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid. Binnen dit rapport wordt zowel de huidige als de nieuwe wetgeving meegenomen, maar de uiteindelijke resultaten (handvatten) voor de websitebeheerders zijn gericht op de nieuwe wetgeving.

Dit onderzoek richtte zich op de gemiddelde internetgebruikers in Nederland. Voor de representativiteit naar de gehele populatie zou een normale verdeling qua geslacht de voorkeur hebben. De respondenten uit dit onderzoek waren voornamelijk vrouw. Dit betekent dat de resultaten uit dit onderzoek vooral van belang kunnen zijn voor websitebeheerders die een website hebben gericht op de doelgroep vrouwen.

Een meerderheid van de respondenten (85,8%) gaf aan te weten wat cookies zijn en wat deze doen. Nadat er werd gevraagd om een uitleg bleek toch dat er veel respondenten waren die niet precies wisten hoe de techniek werkte, maar zij wisten wel dat hun internetgedrag werd bijgehouden en dat er gegevens werden opgeslagen. Een meerderheid van de respondenten (52,8%) vindt het belangrijk dat zij vooraf worden geïnformeerd over het gebruik van cookies door een website. Redenen hiervoor waren o.a. omdat ze dan pas een juiste keuze kunnen maken om door te gaan of omdat ze willen weten waarom gegevens worden vastgelegd.

De volgende informatie vindt de internetgebruiker het meest belangrijk voor in een cookie pop-up en/of het gehele cookiebeleid:

- Welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke
- Gegevensverstrekking aan derden
- Doeleinden gegevensverwerking
- Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies

Onder de respondenten gaf een percentage van 85,4% aan bereid te zijn om 0 – 30 seconden te besteden aan het lezen van een cookie pop-up. Voor het gehele cookiebeleid is 74,2% bereid om 0 – 2 minuten hieraan te besteden. Bijna de helft van de respondenten (48,7%) zou eerder het gehele cookiebeleid lezen als vooraf wordt vermeld hoeveel tijd dit in beslag zal nemen.

Een internetgebruiker voelt zich vooral benadeeld als zij bij het weigeren van het cookiebeleid een gedeelte of de gehele website niet mogen bezoeken. Als een internetgebruiker in alle gevallen een website kan bezoeken, ondanks het weigeren of accepteren van cookies, dan geeft 62,6% aan cookies te willen weigeren.

Een meerderheid van 59,9% geeft aan niet bekend te zijn met de locatie waar de uitleg over het privacybeleid van een website (veelal) kan worden gevonden. Als zij zelf mogen aangeven waar zij dit kunnen terugvinden, dan gaat de voorkeur uit naar de footer (onderste balk van een website).

De resultaten uit de kruisverbanden geven informatie welke specifiek voor een bepaalde categorie geldt. Er zijn een aantal opvallende resultaten. Mannen geven aan het gehele cookiebeleid eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Vrouwen daarentegen niet. De respondenten met VMBO als hoogst genoten opleidingsniveau vinden informatie over het weigeren en verwijderen van cookies het meest belangrijk. Opvallend is dat alle andere categorieën op qua opleidingsniveau aangeven de doeleinden van de gegevensverwerking, gegevensverstrekking aan

derden en welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens het meest belangrijk te vinden.

Het onderzoek is verlopen zoals gepland. De enquête is uitgezet via verschillende kanalen waaronder sociale media en e-mail. De doelstelling was om minimaal 270 respondenten te behalen. Deze doelstelling is met 337 respondenten behaald. Met dit aantal zijn er voldoende gegevens verzameld om betrouwbare uitspraken te kunnen doen. Het rubriceren van de open antwoorden heeft geleid tot een werkbare diversiteit.

Er werden een aantal complimenten/sterke punten aangedragen, waaronder:

- *“Sterke opzet van de enquête, complimenten!”*
- *“Dit vond ik nou eens een waardevolle enquête!”*
- *“Ik vind dit echt een interessant onderwerp”*

Er zijn ook een aantal dingen welke de volgende keer beter kunnen. Er was verwarring over de leeftijdsgrenzen. Iemand die precies op de grens zit (30, 46 of 60 jaar) twijfelde welke optie zij moesten aanklikken. De één zag het midden streepje als “tot” en de ander als “tot en met”. Hierdoor ontstond verwarring. Voor de volgende keer zal dan ook gebruik worden gemaakt van duidelijkere leeftijdsgrenzen met woorden i.p.v. leestekens.

Daarnaast waren er een aantal respondenten welke de keuzemogelijkheden voor het opleidingsniveau te summier vonden. Er waren een aantal welke voor MBO moesten kiezen omdat bijvoorbeeld de keuze Mavo en LBO er niet bij stond. Voor de volgende keer zal er meer rekening worden gehouden met verschillende opleidingsniveaus.

De resultaten uit het onderzoek komen overeen met de gevonden literatuur. Uit de resultaten is gebleken dat internetgebruikers veel waarde hechten aan hun privacy en persoonsgegevens. Zij willen weten wat er gebeurt met hun gegevens, wat bedrijven hiermee kunnen doen en of er vertrouwelijk mee om wordt gegaan. Verder willen ze niet dat informatie wordt doorverkocht aan derden en vinden zij het belangrijk dat hun gegevens goed beveiligd worden. Zij geven aan liever zo min mogelijk gegevens te willen achterlaten, maar velen zijn ook bang dat bedrijven de gegevens toch wel op de een of andere manier kunnen opslaan.

Ten slotte zijn de resultaten uit dit onderzoek erg waardevol voor de doelgroep websitebeheerders. Dit onderzoek geeft inzicht in hoe de gemiddelde internetgebruiker in Nederland denkt over de informatieverstrekking van het cookiebeleid. Ook zijn de wensen, mening en behoeften van de gemiddelde internetgebruiker in Nederland goed naar voren gekomen. Deze informatie is bruikbaar voor websitebeheerders en het is dan ook goed om hier op in te spelen. Er zijn verschillende handvatten gegeven welke de websitebeheerder kan helpen om in te spelen op de wensen van de internetgebruiker in combinatie met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving.

5. Conclusie

Dit onderzoeksrapport bevat informatie uit verschillende onderzoeken over de bezorgdheid van internetgebruikers over hun privacy. Op 25 mei 2018 zal er een nieuwe wetgeving intreden welke de huidige wetgeving vervangt. Hierdoor krijgen internetgebruikers meer rechten en mogelijkheden om voor zichzelf op te komen bij de verwerking van hun persoonsgegevens. Organisaties worden gedwongen meer maatregelen te treffen omtrent het verkrijgen en verwerken van deze persoonsgegevens.

Dit rapport brengt in kaart wat de oorzaken zijn van de bezorgdheid van internetgebruikers omtrent privacy en de cookiewetgeving. Hier wordt op ingespeeld en dit onderzoek beoogt de websitebeheerder dan ook handvatten te geven om de internetgebruiker op een juiste manier te informeren over het cookiebeleid. Binnen dit rapport wordt zowel de huidige als de nieuwe wetgeving meegenomen, maar de uiteindelijke resultaten (handvatten) voor de websitebeheerders zijn gericht op de nieuwe wetgeving.

Deelvragen:

1. Welke informatie vindt de internetgebruiker noodzakelijk voor in een cookie pop-up?

Uit de resultaten is gebleken dat er een aantal aspecten zijn welke de internetgebruiker veruit het meest noodzakelijk vindt voor in een cookie pop-up. Als eerste is dat informatie over welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens. Gevolgd door informatie over de gegevensverstrekking aan derden, de doeleinden voor de gegevensverwerking en informatie over het weigeren en verwijderen van cookies.

2. Wat is voor de internetgebruiker de meest relevante informatie binnen het gehele cookiebeleid?

Uit de resultaten is gebleken dat dezelfde aspecten uit de vorige deelvraag ook belangrijk worden gevonden voor het gehele cookiebeleid, maar dan in een andere volgorde. Allereerst vindt de internetgebruiker informatie over de gegevensverstrekking aan derden noodzakelijk. Gevolgd door de doeleinden voor de gegevensverwerking, welke persoonsgegevens worden gebruikt en degene die verantwoordelijk is voor het beheer van deze gegevens en informatie over het weigeren en verwijderen van cookies.

3. Hoeveel tijd wil de internetgebruiker nemen om een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid te lezen?

Uit de resultaten is gebleken dat een internetgebruiker bereid is om 0 – 30 seconden te besteden aan het lezen van een cookie pop-up. Voor het gehele cookiebeleid is dit zo'n 0 – 2 minuten.

Om tijd uit te drukken in een bepaald aantal woorden wordt de tijd en de leessnelheid met elkaar vergeleken wat resulteert in het aantal woorden. 0 – 30 seconden, met een gemiddelde leessnelheid van 130 woorden per minuut resulteert in 0 tot 65 woorden voor een cookie pop-up. Om te voldoen aan de wensen van de internetgebruiker zou de tekst voor een cookie pop-up dus maximaal 65 woorden mogen bevatten.

0 – 2 minuten met een gemiddelde leessnelheid van 130 woorden per minuut resulteert in 0 tot 260 woorden voor het gehele cookiebeleid. Om te voldoen aan de wensen van de internetgebruiker zou de gehele tekst voor het cookiebeleid uit maximaal 260 woorden mogen bestaan (Nederlands Debat Instituut, z.d.).

Bijna de helft van de respondenten geeft aan bereid te zijn het gehele cookiebeleid eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Hieruit blijkt dat een groot deel van de internetgebruikers het prettig vindt en eerder bereid is het gehele cookiebeleid te lezen als zij vooraf worden geïnformeerd over hoeveel tijd zij moeten nemen voor het lezen van deze tekst.

4. Komen de wensen van de internetgebruiker omtrent de invulling van het cookiebeleid overeen met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving?

Er zijn een aantal wensen vanuit de internetgebruiker waar websitebeheerders gemakkelijk op kunnen inspelen en welke ook overeen komen met de eisen vanuit de nieuwe wetgeving.

In het huidige beleid kan de internetgebruiker worden benadeeld als zij besluiten cookies van een website te weigeren. Binnen dit onderzoek is nagegaan in welke situatie een internetgebruiker zich benadeeld voelt. Een meerderheid van de respondenten geeft aan zich benadeeld te voelen als zij door het weigeren van cookies de gehele website niet mogen bezoeken. Daaropvolgend geeft ruim een derde aan zich benadeeld te voelen als zij hierdoor een gedeelte van de website niet mogen zien. Met de ingang van de AVG mag niemand onder druk worden gezet om toestemming te geven voor het gebruik van cookies door een website. Internetgebruikers mogen niet worden benadeeld als zij geen toestemming geven.

Een meerderheid van de respondenten geeft aan niet bekend te zijn met de locatie waar zij het privacybeleid van websites (veelal) kunnen vinden. Op de vraag waar zij deze informatie zouden willen terug vinden ging bij de meeste respondenten de voorkeur uit naar de footer (onderste balk van een website).

Hoofdvraag:

Op welke wijze kan de websitebeheerder de internetgebruiker informeren over het gebruik van cookies zodat zoveel mogelijk wordt voldaan aan de wensen van internetgebruikers en de nieuwe wetgeving?

Allereerst is het belangrijk dat de informatie welke de internetgebruiker als meest noodzakelijk ziet voldoende wordt verwerkt in een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid. Op deze manier wordt goed ingespeeld op de wensen van de internetgebruiker en lezen zij precies datgene dat zij willen weten om juiste keuzes te kunnen maken ten aanzien van de privacy. In een cookie pop-up kan er een beknopte opsomming worden gemaakt over de informatie welke de internetgebruiker als meest noodzakelijk ziet. De gehele uitleg over het gebruik van cookies door een website kan bijvoorbeeld worden ingedeeld op basis van de onderzoeksresultaten. De onderwerpen kunnen bijvoorbeeld worden gerangschikt van meest belangrijk naar minst belangrijk. Op deze manier komt alle informatie aan bod, maar staat de informatie welke de internetgebruiker het meest relevant vindt bovenaan.

Een internetgebruiker is bereid om 0 – 30 seconden te besteden aan het lezen van een cookie pop-up wat overeenkomt met maximaal 65 woorden. Voor het gehele cookiebeleid is dit zo'n 0 – 2 minuten wat overeenkomt met maximaal 260 woorden. Het is belangrijk dat websitebeheerders voldoen aan bepaalde criteria voor het verstrekken van informatie over het gebruik van cookies. De berekening voor het aantal woorden welke is gemaakt op basis van de onderzoeksresultaten is een indicatie. Dit geeft alleen aan hoeveel tijd (aantal woorden) een internetgebruiker zou willen nemen voor het lezen van een cookie pop-up of het gehele cookiebeleid. Het is belangrijk dat de websitebeheerder rekening houdt met de wensen van de internetgebruiker, maar het is noodzakelijk dat alle belangrijke informatie volledig wordt verstrekt en dit kan leiden tot een langere tekst.

Bijna de helft van de respondenten geeft aan bereid te zijn het gehele cookiebeleid eerder te lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen. Hieruit blijkt dat een groot deel van de internetgebruikers het prettig vindt en eerder bereid is het gehele cookiebeleid te lezen als zij vooraf worden geïnformeerd over hoeveel tijd zij moeten nemen voor het lezen van deze tekst. Websitebeheerders kunnen hier gemakkelijk op inspelen door vooraf te vermelden hoeveel tijd dit in beslag zal nemen.

Met de ingang van de AVG mogen internetgebruikers niet meer onder druk worden gezet om toestemming te geven voor het gebruik van cookies door een website. Zij mogen niet worden

benadeeld als zij geen toestemming geven. Het is dus belangrijk dat websitebeheerders de techniek zo aanpassen dat internetgebruikers ten alle tijden een website mogen bezoeken, ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Dit kan bijvoorbeeld worden gedaan door het vragen van een (digitale) schriftelijke of mondelinge verklaring (keuze: weigeren of accepteren) voordat de website kan worden bezocht.

Een meerderheid van de respondenten gaf aan niet bekend te zijn met de locatie waar zij het privacybeleid van websites (veelal) kunnen vinden. Op de vraag waar zij deze informatie zouden willen terug vinden ging bij de meeste respondenten de voorkeur uit naar de footer (onderste balk van een website). Aangezien deze locatie op dit moment ook het meest wordt gebruikt voor dit soort informatie, is het voor websitebeheerders ook goed om zich te houden aan deze locatie

6. Aanbeveling

Het is belangrijk dat de informatie welke de internetgebruiker als meest noodzakelijk ziet voldoende wordt verwerkt in een cookie pop-up en het gehele cookiebeleid. De informatie kan in een cookie pop-up beknopt worden weergegeven en binnen het gehele cookiebeleid kan de uitleg bijvoorbeeld worden ingedeeld op basis van de onderzoeksresultaten. Zo kunnen de onderwerpen welke het meest belangrijk worden gevonden bovenaan worden geplaatst en de minst belangrijke onderwerpen onderaan. Op deze manier kan de websitebeheerder inspelen op zowel de wensen van de internetgebruiker als op de eisen vanuit de nieuwe wetgeving voor het verstrekken van alle belangrijke informatie.

Het is belangrijk dat websitebeheerders voldoen aan bepaalde criteria voor het verstrekken van informatie over het gebruik van cookies. De berekening voor het aantal woorden welke is gemaakt op basis van de onderzoeksresultaten is een indicatie. Dit geeft alleen aan hoeveel tijd (aantal woorden) een internetgebruiker zou willen nemen voor het lezen van een cookie pop-up of het gehele cookiebeleid. Het is belangrijk dat de websitebeheerder rekening houdt met de wensen van de internetgebruiker, maar het is noodzakelijk dat alle belangrijke informatie volledig wordt verstrekt en dit kan leiden tot een langere tekst.

Een groot deel van de internetgebruikers vindt het prettig en is eerder bereid het gehele cookiebeleid te lezen als zij vooraf worden geïnformeerd over hoeveel tijd zij moeten nemen voor het lezen van deze tekst. Websitebeheerders kunnen hier gemakkelijk op inspelen door vooraf te vermelden hoeveel tijd dit in beslag zal nemen. Er is op dit gebied wel een verschil tussen de mannen en vrouwen. Mannen geven aan het beleid dan wel eerder te willen lezen, vrouwen niet.

Met de ingang van de AVG mogen internetgebruikers niet meer onder druk worden gezet om toestemming te geven voor het gebruik van cookies door een website. Het is belangrijk dat websitebeheerders de techniek zo aanpassen dat internetgebruikers ten alle tijden een website mogen bezoeken, ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Dit kan bijvoorbeeld worden gedaan door het vragen van een (digitale) schriftelijke of mondelinge verklaring (keuze: weigeren of accepteren) voordat de website kan worden bezocht.

Internetgebruikers zouden graag de informatieverstrekking over cookies terug willen zien in de footer van een website. Het is voor websitebeheerders goed om hierop in te spelen en deze locatie aan te houden.

Het is belangrijk dat websitebeheerders vóór de ingang van de AVG (25 mei 2018) hebben voldaan aan de criteria vanuit de nieuwe wetgeving. Tijdens dit proces kan tegelijkertijd rekening worden gehouden met de wensen van de internetgebruiker welke voortvloeiden uit dit onderzoek. Op deze manier wordt er voldaan aan de eisen vanuit de nieuwe wetgeving en aan de wensen van de internetgebruiker.

Bibliografie

- A. Tsohou, E. K. (2017). Enabling valid informed consent for location tracking through privacy awareness of users: A process theory. *Computer Law & Security Review*, 24. Opgeroepen op 11 15, 2017, van https://ac.els-cdn.com/S026736491730119X/1-s2.0-S026736491730119X-main.pdf?_tid=cc03e36c-1725-11e8-a87a-00000aacb361&acdnat=1519231354_dfd2a27553047d495d3351440dfcd835
- Autoriteit Consument & Markt. (z.d.). *Cookies*. Opgeroepen op 09 23, 2017, van www.acm.nl: <https://www.acm.nl/nl/onderwerpen/telecommunicatie/internet/cookies>
- Autoriteit persoonsgegevens. (z.d.). *Algemene informatie AVG*. Opgeroepen op 01 05, 2018, van www.autoriteitpersoonsgegevens.nl: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/algemene-informatie-avg#wat-merken-mensen-van-wie-persoonsgegevens-worden-verwerkt-van-de-avg-6211>
- B. Custers, F. D. (2017). A comparison of data protection legislation and policies across the EU. *Computer Law & Security Review*, 10. Opgeroepen op 11 09, 2017, van https://ac.els-cdn.com/S0267364917302856/1-s2.0-S0267364917302856-main.pdf?_tid=8ab3fa74-1724-11e8-8ebc-00000aacb360&acdnat=1519230815_05a926e70560ef9533699b5bf88015df
- Borgesius, F. Z. (2015, 04 10). *Privacybescherming online kan beter*. Opgeroepen op 10 21, 2017, van www.pdfs.semanticsscholar.org: <https://pdfs.semanticscholar.org/25c9/4cd4bf8423e1db020843492b219803d2e9f8.pdf>
- Cookiepolicy. (z.d.). *Verschillende soorten Cookies*. Opgeroepen op 09 23, 2017, van www.cookiepolicy.nl: <http://cookiepolicy.nl/soorten-cookies/>
- Data Driven Marketing Association. (2016, 06). *hoe Nederlanders denken over data en privacy*. Opgeroepen op 12 11, 2017, van www.ddma.nl: https://ddma.nl/wp-content/uploads/2016/06/DDMA_privacy-onderzoek-NL_def-4.pdf
- G. Malgieri, B. C. (2017). Pricing privacy – the right to know the value of your personal data. *Computer Law & Security Review*, 15. Opgeroepen op 12 19, 2017, van https://ac.els-cdn.com/S0267364917302819/1-s2.0-S0267364917302819-main.pdf?_tid=a2264346-1725-11e8-ba12-00000aab0f6c&acdnat=1519231284_ac7d8a4b12fe5cbeadf6201134ce6fdd
- Gervais, N. (2014, 03 10). *Governmental internet information collection: Cookies placing personal privacy at risk*. Opgeroepen op 11 15, 2017, van www.onlinelibrary.wiley.com: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bult.2014.1720400209/full>
- Justitia. (z.d.). *cookiewet*. Opgeroepen op 11 27, 2017, van www.jusitita.nl: <http://www.justitia.nl/cookiewet.html>
- Kamer van Koophandel. (z.d.). *Voorbereiden op de AVG (Algemene Verordening Gegevensbescherming)*. Opgeroepen op 01 05, 2018, van www.kvk.nl: <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/zzp/voorbereiden-op-de-avg-algemene-verordening-gegevensbescherming/>
- Kool, L. v. (2011). *A bite too big: dilemma's bij de implementatie van de Cookiewet in Nederland*. Delft: TNO. Opgeroepen op 10 01, 2017, van *A bite too big: dilemma's bij de implementatie van de Cookiewet in Nederland*: https://pure.uva.nl/ws/files/1328931/106830_A_bite_too_big.pdf

- Kulche, P. (2018, 01 12). *Wat zijn cookies?* Opgeroepen op 01 27, 2018, van [www.consumentenbond.nl](https://www.consumentenbond.nl/internet-privacy/wat-zijn-cookies): <https://www.consumentenbond.nl/internet-privacy/wat-zijn-cookies>
- Leenes, R. K. (2015). Taming the cookie monster with Dutch law - A tale of regulatory failure. *Computer Law & Security Review*, 19. Opgeroepen op 11 21, 2017, van https://ac.els-cdn.com/S0267364915000059/1-s2.0-S0267364915000059-main.pdf?_tid=573fa28c-1725-11e8-a86b-00000aabb0f26&acdnat=1519231158_3bb92030f7f10bf598f50f4f23ddecf4
- markt, A. c. (z.d.). *Uitleg over cookies*. Opgeroepen op 09 23, 2017, van [www.consuwijzer.nl](https://www.consuwijzer.nl/telecom-post/internet/privacy/uitleg-cookies): <https://www.consuwijzer.nl/telecom-post/internet/privacy/uitleg-cookies>
- Mayer-Schönberger, V. (1998). The internet and privacy legislation: cookies for a treat? *Computer Law & Security Report*, 9. Opgeroepen op 11 09, 2017, van https://ac.els-cdn.com/S0267364998800241/1-s2.0-S0267364998800241-main.pdf?_tid=7dde4786-1725-11e8-99b9-00000aacb35e&acdnat=1519231223_fedf7654f364388bd13a89fead3adb3e
- Nederlands Debat Instituut. (z.d.). *Hoe lang duurt mijn speech?* Opgeroepen op 03 22, 2018, van [www.debatinstituut.nl](https://debatinstituut.nl/bibliotheek/overtuigtips/item/ik-zal-het-kort-houden): <https://debatinstituut.nl/bibliotheek/overtuigtips/item/ik-zal-het-kort-houden>
- OPTA. (2012, 06 07). *Veelgestelde vragen over de nieuwe cookieregels*. Opgeroepen op 09 17, 2017, van [www.privacy.nl](https://www.privacy.nl/uploads/cookies/opta_Veelgestelde%20vragen%20over%20de%20nieuwe%20cookiebepaling_060612.pdf): https://www.privacy.nl/uploads/cookies/opta_Veelgestelde%20vragen%20over%20de%20nieuwe%20cookiebepaling_060612.pdf
- Persoonsgegevens, A. (z.d.). *Mag u persoonsgegevens verwerken?* Opgeroepen op 01 16, 2018, van [www.autoriteitpersoonsgegevens.nl](https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/mag-u-persoonsgegevens-verwerken#wanneer-mag-u-zich-baseren-op-de-grondslag-toestemming-6331): <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/mag-u-persoonsgegevens-verwerken#wanneer-mag-u-zich-baseren-op-de-grondslag-toestemming-6331>
- Persoonsgegevens, A. (z.d.). *Verantwoordingsplicht*. Opgeroepen op 01 16, 2018, van [www.autoriteitpersoonsgegevens.nl](https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/verantwoordingsplicht#hoe-kan-ik-aantonen-dat-ik-toestemming-heb-ontvangen-6160): <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/verantwoordingsplicht#hoe-kan-ik-aantonen-dat-ik-toestemming-heb-ontvangen-6160>
- Right marktonderzoek. (z.d.). *Kwalitatief onderzoek*. Opgeroepen op 01 21, 2018, van [www.rightmarktonderzoek.nl](https://www.rightmarktonderzoek.nl/methoden-onderzoek/kwalitatief-onderzoek/): <https://www.rightmarktonderzoek.nl/methoden-onderzoek/kwalitatief-onderzoek/>
- Spierings, C. (2016, 09). *Wie klikt, stemt toe*. Opgeroepen op 09 17, 2017, van [www.repository.ubn.ru.nl](http://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/161004/161004.pdf): <http://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/161004/161004.pdf>
- SurveyMonkey. (z.d.). *Steekproefgrootte enquête*. Opgeroepen op 01 21, 2018, van [www.surveymonkey.com](https://nl.surveymonkey.com/mp/sample-size/): <https://nl.surveymonkey.com/mp/sample-size/>
- Telegraaf media groep. (z.d.). *Cookies op tmg.nl en andere TMG websites*. Opgeroepen op 12 11, 2017, van [www.tmgonlinemedia.nl](https://tmgonlinemedia.nl/consent/consent/?return=https%3A%2F%2Fwww.tmg.nl%2F&clienttime=1519206910258&version=49&digitalversion=0): <https://tmgonlinemedia.nl/consent/consent/?return=https%3A%2F%2Fwww.tmg.nl%2F&clienttime=1519206910258&version=49&digitalversion=0>

Vermeulen, R. (2013). *Cookies en controle: Privacy in een surveillancemaatschappij*. Universiteit Utrecht: R. Vermeulen. Opgeroepen op 10 04, 2017, van Cookies en controle: Privacy in een surveillancemaatschappij (Masters's thesis):
[file:///C:/Users/Patricia%20de%20Ruijter/Downloads/Masterscriptie%203218031%20%20\(13\).pdf](file:///C:/Users/Patricia%20de%20Ruijter/Downloads/Masterscriptie%203218031%20%20(13).pdf)

woordenboek, L. j. (2015). *Juridisch woordenboek*. Opgeroepen op 10 14, 2017, van www.juridischwoordenboek.nl:
<http://www.juridischwoordenboek.nl/woordenboekcont.html#12853>

Bijlagen

1. De AVG in een notendop



AUTORITEIT
PERSOONS-
GEGEVENS

Nieuwe privacywetgeving vanaf 25 mei 2018 De AVG in een notendop



Op basis hiervan mag je persoonsgegevens verzamelen

De grondslag



Toestemming
van de gebruiker



Vitale belangen



Wettelijke
verplichting



Overeenkomst



Algemeen belang



Gerechtvaardigd
belang

Het begint aan de tekentafel

Zorgvuldigheid



Functionaris gegevens-
bescherming



Privacy by design



Impact assessment

Technische en organisatorische maatregelen

Verplichtingen



Register met alle
verwerkingen



Gegevens-
beschermingsbeleid



(Digitale)
beveiliging

Mensen moeten controle kunnen uitoefenen

Rechten van de betrokkenen



Recht om
in te zien



Recht om
te wijzigen



Recht om vergeten
te worden



Recht om gegevens
over te dragen



Recht op
informatie

De AVG geldt vanaf 25 mei 2018



Gegevens zijn
beschermd!



U heeft een goed privacyverhaal



Voor uw
doelgroep



Voor de
Autoriteit Persoonsgegevens

2. Enquête

1. Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

- ☐ 15-30
- ☐ 30-45
- ☐ 45-60
- ☐ 60 of hoger

3. Wat is uw hoogst genoten opleidingsniveau?

- ☐ VMBO
- ☐ HAVO
- ☐ VWO/Gymnasium
- ☐ MBO
- ☐ HBO
- ☐ WO

4. Hoe actief bent u op het internet? Ik gebruik internet:

- ☐ Dagelijks
- ☐ Wekelijks
- ☐ Maandelijks
- ☐ Jaarlijks
- ☐ Nooit

5. Weet u wat cookies zijn en wat deze doen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

6. Wat zijn cookies volgens u?

Cookies zijn..

Antwoord vraag 5: Nee.

Een cookie is een tekstbestand welke tijdens een bezoek aan een website op de computer wordt opgeslagen. Als een internetgebruiker later opnieuw deze website bezoekt, wordt bijgehouden wat de gebruiker op het internet doet. Bijvoorbeeld in welke taal de website wordt gelezen of welke artikelen het meest worden bekeken.

7. Vindt u het belangrijk dat u vooraf geïnformeerd wordt over het gebruik van cookies door de website? Waarom?

- ☐ Ja, omdat...
- ☐ Nee, omdat...

8. Hoe belangrijk vindt u het dat er informatie aanwezig is over het gebruik van cookies door een website? (omcirkelen: niet belangrijk 1 - 10 heel belangrijk)

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10

Uitleg cookie pop-up

Een cookie pop-up is een scherm welke voorafgaand aan het bezoek van de website wordt getoond. Op dit scherm wordt heel beknopt omschreven dat de website gebruik maakt van cookies en voor welke doeleinden. Via dit scherm kan de internetgebruiker toestemming geven voor het gebruik van cookies door de website. Mocht de internetgebruiker geen cookies willen accepteren, dan kunnen zij op instellingen klikken om deze optie te kiezen. Een cookie pop-up geeft ook een doorverwijzing naar het gehele cookiebeleid zodat internetgebruikers ervoor kunnen kiezen deze eerst geheel te lezen.

9. Welke soort informatie vindt u het meest belangrijk voor in een cookie pop-up? (max. 2 antwoorden aankruisen)

- ☐ Informatie over de identiteit van de organisatie
- ☐ Informatie over wat cookies zijn
- ☐ Informatie over het soort cookies dat wordt gebruikt
- ☐ Informatie over het geven van toestemming
- ☐ Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies
- ☐ Doeleinden gegevensverwerking
- ☐ Welke persoonsgegevens worden gebruikt en verantwoordelijke
- ☐ Gegevensverstrekking aan derden
- ☐ Beveiliging gegevens
- ☐ Inzage en correctie gegevens en recht van verzet
- ☐ Anders, namelijk...

10. Waarom vindt u deze informatie belangrijk voor in een cookie pop-up?

- Ik vind dit belangrijk omdat...

11. Hoeveel tijd bent u bereid te nemen voor het lezen van een cookie pop-up?

- ☐ 0 tot 30 seconden
- ☐ 30 seconden tot 1 minuut
- ☐ 1 – 1,5 minuut
- ☐ 1,5 – 2 minuten
- ☐ Meer dan 2 minuten

Uitleg gehele cookiebeleid:

Het gehele cookiebeleid is een volledige uitleg over het gebruik van cookies door de betreffende website. Hierin wordt naast een inleiding aanvullende informatie gegeven zoals: informatie over de verwerking van persoonsgegevens en verantwoordelijke, doeleinden gegevensverwerking, gegevensverstrekking aan derden, externe dienstverleners en andere sites, beveiliging gegevens, inzage correctie gegevens en recht van verzet, cookies, doeleinden gebruik cookies, doeleinden gebruik cookies derden, verwijderen en weigeren van cookies en wijziging van cookie- en privacy verklaringen.

12. Welke informatie vindt u het meest belangrijk voor in het gehele cookiebeleid? (max. 4 antwoorden aankruisen)

- ☐ Informatie over de identiteit van de organisatie
- ☐ Informatie over wat cookies zijn

- Informatie over het soort cookies dat wordt gebruikt
- Informatie over het geven van toestemming
- Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies
- Doeleinden gegevensverwerking
- Verwerkte persoonsgegevens en verantwoordelijke
- Gegevensverstrekking aan derden
- Beveiliging gegevens
- Inzage en correctie gegevens en recht van verzet
- Anders, namelijk...

13. Waarom vindt u deze informatie belangrijk binnen het gehele cookiebeleid?

- Ik vind dit belangrijk omdat...

14. Hoeveel tijd bent u bereid te nemen voor het lezen van het gehele cookiebeleid?

- 0 – 2 minuten
- 2 – 4 minuten
- 4 – 6 minuten
- 6 – 8 minuten
- 8 - 10 minuten
- Meer dan 10 minuten

15. Zou u het gehele cookiebeleid eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen?

- Ja
- Nee

16. In het huidige beleid kunt u als internetgebruiker benadeeld worden als u besluit cookies van een website te weigeren. In welke situatie voelt u zich benadeeld?

- Als ik hierdoor de gehele website niet mag bezoeken
- Als ik hierdoor een gedeelte van de website niet mag zien
- Als hierdoor websites zich niet aan mijn interesses aanpassen
- Als ik hierdoor steeds opnieuw bepaalde instellingen moet instellen (inloggen of taalinstelling)
- Als hierdoor artikelen welke in mijn winkelwagentje zijn geplaatst niet worden onthouden bij het verlaten van de website
- Anders, namelijk:

17. Door het weigeren van cookies is het mogelijk dat u een website niet kunt bezoeken. Stel, u kunt in alle gevallen de website bezoeken ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Wat zou u dan doen?

- Ik zou cookies weigeren, omdat...
- Ik zou cookies accepteren, omdat...
- Het maakt mij niets uit, omdat...

18. Bent u bekend met de locatie waar u het privacybeleid van websites (veelal) kunt vinden?

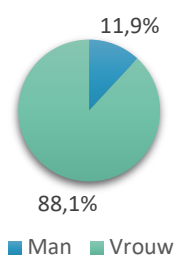
- Ja
- Nee

19. De nieuwe wetgeving vermeldt dat het voor mensen o.a. net zo makkelijk moet zijn om toestemming weer in te trekken als dat het was om toestemming te geven. Waar zou u deze informatie en alle andere belangrijke informatie omtrent het cookiebeleid terug willen vinden op de website?

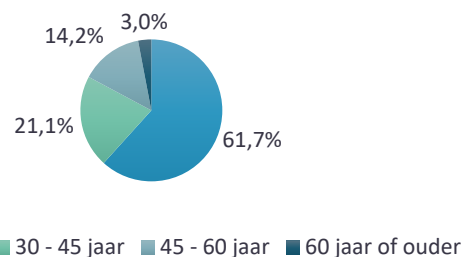
- In de footer (onderste balk van een website)
- Bovenin de header (de kop bovenaan een website)
- In het menu
- Anders, namelijk:

3. Enquête resultaten

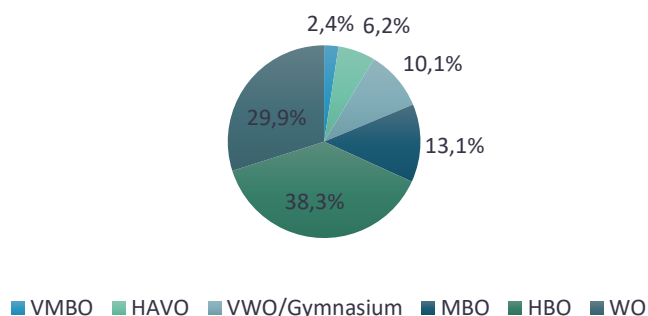
1. Wat is uw geslacht?



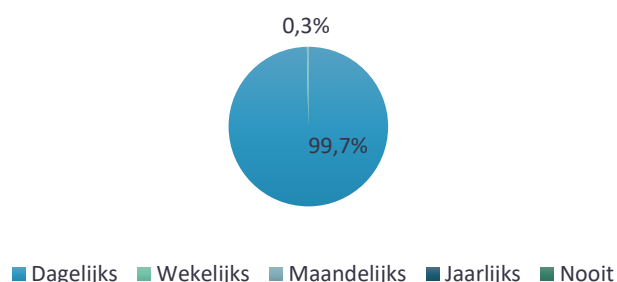
2. Wat is uw leeftijd?



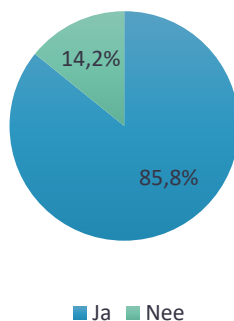
3. Wat is uw hoogst genoten opleidingsniveau?



4. Hoe actief bent u op het internet? Ik gebruik internet:



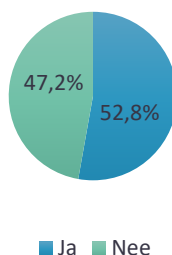
5. Weet u wat cookies zijn en wat deze doen?



6. Wat zijn cookies volgens u?

Rubriek	Aantal
Ik heb geen idee hoe deze techniek werkt	36
Er wordt gekeken waar je interesses liggen zodat advertenties daarop afgestemd kunnen worden	79
Een manier om (persoons) gegevens op te slaan	127
Cookies zorgen ervoor dat je surfgedrag/internetgedrag gemonitord wordt	191
Het is een vervelende techniek	13

7. Vindt u het belangrijk dat u vooraf geïnformeerd wordt over het gebruik van cookies door een website? Waarom?



8. Hoe belangrijk vindt u het dat er informatie aanwezig is over het gebruik van cookies door een website? Niet belangrijk 1 – 10 belangrijk.

Niet belangrijk								Heel belangrijk	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9,8%	6,5%	6,2%	7,4%	10,1%	9,5%	14,2%	18,8%	8,3%	9,2%

9. Welke soort informatie vindt u het meest belangrijk voor in een cookie pop-up?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Informatie over de identiteit van de organisatie	4,7%
Informatie over wat cookies zijn	4,1%
Informatie over het soort cookies dat wordt gebruikt	8,2%
Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies	15,8%
Doeleinden gegevensverwerking	16,8%
Welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke	20,3%
Gegevensverstrekking aan derden	18,5%
Beveiliging gegevens	6,8%
Inzage en correctie gegevens en recht van verzet	1,4%
Anders	3,4%

10. Waarom vindt u deze informatie belangrijk voor in een cookie pop-up?

Rubriek	Aantal
Ik wil weten wat er met welke gegevens wordt gedaan (het doel)	119
Ik wil weten wie mijn gegevens gaat gebruiken	51
Het is privacygevoelige informatie en ik wil dat hier veilig mee wordt omgegaan	67
Als ik goed wordt geïnformeerd kan ik een betere beslissing nemen of ik akkoord wil gaan of niet	29

Ik wil weten waar ik aan toe ben en nog enigszins controle hebben over mijn eigen gegevens	75
--	----

11. Hoeveel tijd bent u bereid te nemen voor het lezen van een cookie pop-up?

Tijd	Percentage
0 – 30 seconden	85,4%
30 seconden – 1 minuut	11,0%
1 – 1,5 minuut	2,7%
1,5 minuut – 2 minuten	0,3%
Meer dan 2 minuten	0,6%

12. Welke soort informatie vindt u het meest belangrijk voor in het gehele cookiebeleid?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Informatie over de identiteit van de organisatie	6,2%
Informatie over wat cookies zijn	4,9%
Informatie over het soort cookies dat wordt gebruikt	8,2%
Informatie over het weigeren en verwijderen van cookies	12,9%
Doeleinden gegevensverwerking	17,8%
Welke persoonsgegevens worden gebruikt en de verantwoordelijke	13,7%
Gegevensverstrekking aan derden	18,6%
Beveiliging gegevens	12,3%
Inzage en correctie gegevens en recht van verzet	3,6%
Anders	1,8%

13. Waarom vindt u deze informatie belangrijk binnen het gehele cookiebeleid?

Rubriek	Aantal
Ik wil weten wat er met welke gegevens wordt gedaan (het doel)	103
Ik wil weten wie mijn gegevens gaat gebruiken	28
Het is privacygevoelige informatie en ik wil dat hier veilig mee wordt omgegaan	71
Als ik goed wordt geïnformeerd kan ik een betere beslissing nemen of ik akkoord wil gaan of niet	15
Ik wil weten waar ik aan toe ben en nog enigszins controle hebben over mijn eigen gegevens	40

14. Hoeveel tijd bent u bereid te nemen voor het lezen van het gehele cookiebeleid?

Tijd	Percentage
0 - 2 minuten	74,2%
2 – 4 minuten	18,1%
4 – 6 minuten	5,3%
6 – 8 minuten	0,3%
8 – 10 minuten	0,9%
Meer dan 10 minuten	1,2%

15. Zou u het gehele cookiebeleid eerder lezen als er vooraf wordt vermeld hoeveel minuten dit in beslag zal nemen?



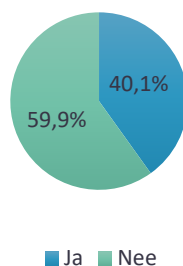
16. In het huidige beleid kunt u als internetgebruiker benadeeld worden als u besluit cookies van een website te weigeren. In welke situatie voelt u zich benadeeld?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Als ik hierdoor de gehele website niet mag bezoeken	54,6%
Als ik hierdoor een gedeelte van de website niet mag zien	33,5%
Als hierdoor websites zich niet aan mijn interesses aanpassen	0,6%
Als ik hierdoor steeds opnieuw bepaalde instellingen moet instellen (inloggen/taalinstellingen)	3,0%
Als hierdoor artikelen welke in mijn winkelwagentje zijn geplaatst niet worden onthouden bij het verlaten van de website	1,2%
Anders	7,1%

17. Door het weigeren van cookies is het mogelijk dat u een website niet kunt bezoeken. Stel, u kunt in alle gevallen de website bezoeken ondanks het weigeren of accepteren van cookies. Wat zou u dan doen?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Ik zou cookies weigeren	62,6%
Ik zou cookies accepteren	17,5%
Het maakt mij niet uit	19,9%

18. Bent u bekend met de locatie waar u het privacybeleid van websites (veelal) kunt vinden?



19. De nieuwe wetgeving vermeldt dat het voor mensen o.a. net zo makkelijk moet zijn om toestemming weer in te trekken als dat het was om toestemming te geven. Waar zou u deze informatie en alle andere belangrijke informatie omtrent het cookiebeleid terug willen vinden op de website?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
In de footer (onderste balk van een website)	47,2%
In de header (de kop bovenaan een website)	32,3%
In het menu	18,4%
Anders	2,1%

4. Checklist Schriftelijk Rapporteren

Checklist Schriftelijk Rapporteren	
Naam: <u>Patricia de Ruijter</u>	Klas: <u>4 Bp</u>
Datum: <u>28-03-2018</u>	
Titel verslag/rapport: <u>Informatie verstrekking cookies: vervelend of noodzakelijk?</u>	
Nadat jij je verslag/rapport hebt gecontroleerd met behulp van deze checklist, voeg je deze toe als bijlage. Zonder de ingevulde checklist vindt er geen beoordeling plaats. De assessor controleert met deze checklist je rapport/verslag. De beoordelingscriteria die met een * zijn aangegeven, zijn de zogenaamde 'killing points'. Indien de assessor meer dan vijf 'killing points' heeft aangekruist, dien je het rapport/verslag op alle onvoldoende onderdelen te verbeteren. Voor de herbeoordeling moet je ook de oude versie inleveren. In het afstudeerwerkstuk zijn geen 'killing points' toegestaan! AANVINKEN WAT NIET IN ORDE IS!	
1. Het taalgebruik: ☐ Bevat niet meer dan drie grammaticale, spel- en typefouten per duizend woorden* Bij meer dan drie fouten per duizend woorden is het rapport/verslag afgekeurd! ☐ Heeft een adequate interpunctie* ☐ Is afgestemd op de gekozen doelgroep (juiste stijl)* ☐ Laat een zakelijke en actieve schrijfstijl zien* ☐ Bevat geen persoonlijke voornaamwoorden* 2. Het rapport/verslag: ☐ Is ingebonden (hard copy)* ☐ Is vrij van plagiaat* (zie onderwijsexamenregeling) 3. De omslag: ☐ Bevat de titel ☐ Vermeldt de auteur(s) 4. De titelpagina/het titelblad: ☐ Heeft een specifieke titel* ☐ Vermeldt de auteur(s)* ☐ Vermeldt de plaats en de datum* ☐ Vermeldt de opdrachtgever(s)* 5. Het voorwoord: ☐ Bevat de persoonlijke aanleiding tot het schrijven van het rapport/verslag ☐ Bevat persoonlijke bedankjes (persoonlijke voornaamwoorden toegestaan) 6. De inhoudsopgave: ☐ Vermeldt alle genummerde onderdelen van het rapport/verslag* ☐ Vermeldt de samenvatting en de bijlage(n) ☐ Is overzichtelijk ☐ Heeft een correcte paginaverwijzing 7. De samenvatting: ☐ Is een verkorte versie van het gehele rapport/verslag ☐ Bevat conclusies ☐ Bevat geen persoonlijke mening ☐ Is gestructureerd ☐ Is zakelijk geschreven ☐ Staat direct na de inhoudsopgave 8. De inleiding (toelichting op intranet): ☐ Is hoofdstuk 1* ☐ Beschrijft het grotere kader en aanleiding ☐ Beschrijft inhoudelijke achtergrondinformatie* ☐ Formuleert het probleem/de onderzoeksvraag* ☐ Vermeldt het doel* ☐ Bevat een leeswijzer voor het rapport/verslag*	9. Materiaal en methode: ☐ Beschrijft de gevolgde onderzoeksmethode ☐ Past bij de onderzoeksvraag/vragen* ☐ Beschrijft de variabelen/eenheden ☐ Beschrijft de methode van data-analyse 10. De (opmaak van de) kern: ☐ Bestaat uit genummerde hoofdstukken en (sub)paragrafen (maximaal drie niveaus)* ☐ Deze zijn verschillend in opmaak* ☐ De hoofdstukken en (sub)paragrafen hebben een passende titel ☐ Een hoofdstuk beslaat ten minste één pagina ☐ Een nieuw hoofdstuk begint op een nieuwe pagina ☐ De zinnen lopen door (geen 'enter' binnen een alinea gebruiken) ☐ De figuren zijn (door)genummerd en hebben een passende titel (onder de figuur)* ☐ De tabellen zijn (door) genummerd en hebben een passende titel (boven de tabel)* ☐ Tabellen en figuren zijn zelfstandig te begrijpen ☐ In de tekst zijn er verwijzingen naar figuren en/of tabellen* ☐ De tekst bevat verwijzing naar de desbetreffende bijlage(n) ☐ De tekst is ook zonder verwijzingen te begrijpen ☐ De pagina's zijn genummerd* 11. De discussie: ☐ Bevat een vergelijking met relevante literatuur ☐ Geeft de valide argumentatie weer ☐ Evalueert de gebruikte onderzoeksmethode ☐ Bevat een kritische reflectie op de eigen bevindingen (zie toelichting op intranet) 12. De conclusies en aanbevelingen: ☐ De conclusies zijn gebaseerd op relevante feiten ☐ De aanbevelingen zijn gebaseerd op relevante feiten ☐ Bevatten geen nieuwe informatie* 13. De bronvermelding: ☐ In de tekst is conform de geldende APA-normen* (zie intranet Mediatheek) 14. De literatuurlijst: ☐ Is opgesteld conform de geldende APA-normen* (zie intranet Mediatheek) 15. De bijlagen: ☐ Zijn genummerd ☐ Zijn voorzien van een passende titel ☐ Bevatten geen eigen analyse