

## Onbegrip cookies leidt tot onnodige restricties

Onlangs kwam de Opta met een nieuw voornemen om de regelgeving rondom cookies\* aan te passen. Een goed idee! Er zijn rondom cookies absoluut meer richtlijnen nodig. Nu kan namelijk iedereen te pas en te onpas cookies plaatsen. We moeten hier echter niet in doorslaan, zo wordt er ook over nagedacht om cookies van derde partijen helemaal te gaan verbieden. En dat is voor de consumenten, maar ook voor de markt, een uitermate onverstandige beslissing.



Een derde partij is in het geval van een website de partij achter de advertenties. De eerste partij is de website zelf en de tweede partij zijn de bezoekers. Het verbieden van cookies van derde partijen heeft echter niets te maken met de veiligheid van de consument, maar beantwoordt alleen aan de vraag hoe mensen minder advertenties te zien krijgen. Dat is nogal onrealistisch, aangezien websites evenveel advertenties zullen blijven tonen alleen minder aangepast op de voorkeuren van de bezoekers. Kortom: met hagel schieten in plaats van gerichte acties uitvoeren.

Mensen zien cookies vaak als iets wat niet wenselijk is. Dit komt echter vooral voort uit onbegrip. Aangescherpte richtlijnen ter verduidelijking van het gebruik van cookies zijn daarom belangrijk, maar cookies van derde partijen weren, schiet dit doel voorbij. Waarom? Omdat consumenten dan steeds meer advertenties te zien krijgen die zij totaal niet interessant vinden. Dat is niet alleen vervelend, maar zorgt ook nog eens voor minder conversie. Het gevolg hiervan is dat online advertising minder effectief wordt waardoor de kans groot is dat adverteerders minder online gaan adverteren. En dat scheelt uiteraard weer inkomsten voor de website wat invloed heeft op de kwaliteit van de website en de toegankelijkheid voor consumenten. Het voorstel is dat websites hun bezoekers constant vooraf om toestemming moeten vragen om cookies op hun computer te plaatsen. Aangezien er bij bijna elke online handeling cookies worden opgeslagen, wordt dat tamelijk gebruiksonvriendelijk.

Niet alleen voor de consument is het weren van cookies van derde partijen uiteindelijk nadelig, het tast ook een gezonde marktwerking aan. Omdat eerste partijen nog wel cookies mogen plaatsen met behulp van de gebruikersprofielen van hun website, ontstaat er een scheve marktverhouding. Dit komt omdat alleen de echt grote websites over profielen beschikken die bruikbaar zijn om advertenties op maat aan te bieden. Het gevolg is dat kleinere websites, waar dit niet meer mogelijk is, commercieel minder interessant worden en de dominantie van de grotere webpartijen (Facebook, Hyves, Google) een enorme vlucht neemt. Dit terwijl innovatie vaak juist bij de kleinere en nieuwe marktpartijen ontstaat.

Het belangrijkste voor consumenten is dat er meer duidelijkheid komt hoe cookies worden ingezet. Dat is op dit moment simpelweg te vaag. Als consumenten namelijk begrijpen hoe cookies werken, kunnen ze zelf [proactief aangeven](#) in hoeverre en hoe ze 'gemonitord' mogen worden. Een soort Ja/Nee sticker op je brievenbus eigenlijk. Voor de markt is het belangrijk om de gevolgen van nieuwe regelgeving goed in de gaten te houden, vooral met betrekking tot de marktverhoudingen op het

web. Het moet ook voor kleinere partijen interessant blijven om toe te treden tot het web en nieuwe ideeën uit te proberen.

*\*Cookies zijn hele kleine bestanden die vanaf een website op iemand zijn computer worden geplaatst om bezoekers te herkennen, voorkeuren te bewaren en bijvoorbeeld aankopen te onthouden.*