



COOKIES

Cookie test:
VU Amsterdam pag. 7
Volkskrant pag. 11



dl.2

COOKIES 2

In COOKIES deel 1 werd de *20 minuten test* onder Nederlandse internet sites gehouden.

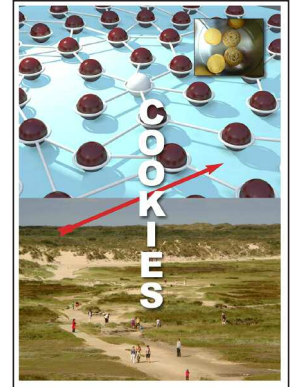
In dit deel 2 bekijken we www.vu.nl + www.volkskrant.nl en ontdekken we nóg een manier om met cookies te werken.

3 juli 2021

Tilburg University
Understanding society

COOKIES BIJ DE UNIVERSITEIT

<https://www.tilburguniversity.edu/search?search=cookie>




Cookies deel I PDF

‘Taming the cookie monster with Dutch law – a tale of regulatory failure’

R.E. Leenes, E. Kosta

Abstract


TILBURG UNIVERSITY

TILBURG LAW SCHOOL
LEGAL STUDIES RESEARCH PAPER SERIES

Taming the Cookie Monster with Dutch Law
A Tale of Regulatory Failure

Ronald Leenes & Eleni Kosta
Tilburg University
R.E.Leenes@tilburguniversity.edu
E.Kosta@tilburguniversity.edu

Tilburg Law School Legal Studies Research Paper Series
No. 10/2015

This paper can be downloaded without charge from the
Social Science Research Network Electronic Paper Collection
<http://ssrn.com/abstract=2577233>

Profiling the online behaviour of Internet users has become a defining feature of the Internet. Individual surfing behaviour is tracked by many enterprises for statistical purposes, but also for behavioural advertising and other personalisation services.

Computer Law and Security Review

<https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/taming-the-cookie-monster-with-dutch-law-a-tale-of-regulatory-fai>

Download:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2577233

filenaam: SSRN-id2577233.pdf

34 pag's, No. 10 / 2015

Korte samenvatting en bewerking van de PDF Tilburg Law School uit 2015:

Cookies maken het internet surfen waardevoller: bv. om bij te houden hoeveel producten u bij een online shop hebt gekozen, of om voorkeuren op te slaan.

Maar cookies zijn er ook, eigenlijk hoofdzakelijk, zoals u bij bestudering zelf kunt ontdekken, om gebruikers online te volgen.

Cookies maken het mogelijk voor websites om terugkerende bezoekers te herkennen, maar om ze ook te herkennen *tussen* andere websites.

Het gebruik van cookies heeft tot forse debatten geleid tussen voor- en tegenstanders van privé gegevens verzamelen.

Internet pagina's komen vaak niet van één webserver, eigenlijk komen bij veel (grotere) sites verschillende delen van de pagina van verschillende webserveren.

Waarbij, let op, elke webserver afzonderlijk weer cookies kan installeren in de browser van de bezoeker (en bestaande cookies uitlezen, die daarvoor zijn opgeslagen).

Deze cookies, die niet tot de afzender van de hoofdpagina behoren, worden "*Third party cookies*" genoemd, in tegenstelling tot "*First party cookies*".

De gebruiker staat er meestal niet bij stil dat het bij het bezoek aan één internet pagina het soms om een hele reeks van scripts en cookies gaat, die vanuit diverse bronnen worden aangestuurd.

Het vreemde doet zich voor dat de hoofdsite (de maker en brenger van de informatie) vaak niet weet wat andere (Third party cookies) bronnen op zijn pagina allemaal uitspoken en hoever ze gaan om bezoeker gegevens vast te leggen of verder door te verkopen. Vaak zien we dat terug in de kleine lettertjes, waarbij ze fijnzinnig vermelden dat "derde partijen" hun eigen verantwoordelijkheid hebben en moeten nemen. En daarmee de internet bezoeker voor klachten naar de vage 'Derde partijen' verwijst.

Een precedent scheppen voor de (argeloze) bezoeker, die daar doorheen zou moeten kunnen kijken. Een onbegonnen zaak aangezien advertentiebronnen lastig zijn te achterhalen.

In Europese regels is vastgelegd (2009 prive- en data verzamelen) dat de bezoeker een

vrije eigen keuze mag en moet kunnen maken om cookies te accepteren of niet. Met het gevolg dat een websitebouwer een bezoeker inperkt wat hij of zij te zien krijgt, of mag bezoeken, indien deze heeft aangegeven niet gediend te zijn van het gebruik van Cookies.

Het vreemde doet zich voor dat er nog steeds legio websites in Nederland (en nog veel meer in het buitenland) te vinden zijn die een zgn. **Cookie-muur** hebben opgebouwd, dat betekent voor de bezoeker: “[Accoord voor de cookies](#)”, anders krijgt u [onze pagina of een deel van de tekst NIET te zien](#). Of u dient eerst een abonnement af te sluiten of u aan te melden met een login.

Kranten / DPG Media uitgevers nemen het daarbij niet zo nauw met de interpretatie.

Cookies om advertenties te tonen

“Onze website laat u advertenties zien. Deze zijn voor ons een noodzakelijke bron van inkomsten.”

“Omdat er erg veel partijen in de advertentiewereld samenwerken, is het niet mogelijk om een volledige lijst van mogelijke partijen te geven.”

<https://www.dpgmedia.nl/cookies>

Het schort daarbij, zoals zo vaak, aan de **handhaving** van de regels. Terwijl dat nu juist bij deze online bezigheid prima kan worden geautomatiseerd om foute websites te detecteren, maar ja . . .

Legitimate purpose (Recital 25 2002 ePrivacy Directive)

“Legitiem doel”, onder deze term wordt gespecificeerd dat sommige cookies een legitiem doel kunnen hebben. De interpretatie bij websitebouwers loopt, zoals duidelijk zal zijn, behoorlijk uiteen met het gedachtengoed van de wetgever.

Cookies in het geheim toepassen

Wat we nog niet hebben besproken is het gebruik van cookies die in ‘*normale*’ handels computer software zit verstoppt. Deze cookies zijn voor de gebruiker nauwelijks op te merken en daarmee blijven ze *onder de radar*.

Er wordt geen toestemming aan de gebruiker van de software gevraagd, of informatie

over het gebruik gegeven, maar in bv. een **Javascript** worden één of meerdere cookies, buiten het zicht, aangestuurd en/of ontvangen. Waarbij de gebruiker op een bepaalde manier in zijn handelen kan worden gevolgd.

De software fabrikant (in dit geval uit de VS) kan zich wellicht beroepen dat het een belangrijk kwaliteitsverbetering voor de gebruiker van de software inhoudt, met meer gebruikersgemak of te wel een 'legitiem doel'.

De directie van dat bedrijf is jaar in jaar uit uitsluitend bezig om de aandeelhouders terwille te zijn. De klant is 'naar buiten toe' Koning, maar in het bedrijf zelf heerst uitsluitend een sfeer van economisch (aandeelhouders) belang.

De afdeling verkoop wordt niet bijgestaan door marketing, nee de marketing afdelingen maken de dienst uit en de verkoop is een onderschoven kindje om de administratieve rompslomp af te wikkelen.

De marketing lijkt de rol van directie en management te hebben overgenomen, waarbij in het geheim heel bijzondere voorwaarden aan medewerkers en vertegenwoordigers worden opgelegd.

Bij toeval ontdekten we dat in één van de vele hulpbestanden bij deze software het gebruik van cookies werd toegepast. In een ondersteunend Javascript, waarbij alle coderingen zonder Return aan elkaar waren geplakt in één lange script regel; indien zo'n bestand maar van voldoende omvang is, dan is 'niemand' geïnteresseerd om te onderzoeken wat er allemaal met de js-commando's gebeurt.

We waren niet op zoek naar cookies, maar geïnteresseerd in de bedoeling van dit Javascript binnen het programma. Na het terugzetten van de Returns in de js-code was het mogelijk om het te bestuderen.

De browser interface (Win/Mac) wordt in de software gebruikt om webpagina's in het programma op het scherm weer te geven, maar de communicatie met Cookies werd NIET in de Browser weergegeven.

. . . voor de software gebruiker zijn er dan geen cookies !

Indien dergelijk Cookie gebruik zo onder de radar kan blijven, zal de wetgever & de gebruiker het nakijken hebben.

De marketing bij dit bedrijf, had het voortouw genomen om haar klanten niet alleen bij het opstarten (inloggen en verifiëren van wachtwoord) te volgen, maar ook gedurende het werken met de software.

Daarmee werd tevens een ‘waterdicht’ systeem opgezet om de gebruiker(s) van een serienummer te volgen over meerdere computers en IC-nummers, hetgeen wellicht als ‘toegestaan-gebruik’ wordt gezien, om het illegaal gebruik van licenties tegen te gaan.

We kennen dat ook van **Microsoft**, die in Windows 8, 8.1 en 10 tot op detail haar gebruikers kon volgen. Of van **Facebook**, waarbij de “like button” een prima methode was om het gebruikers profiel completer te maken. Niet om aan te geven dat het een leuk onderwerp betrof. Ook **Google** past dat bij YouTube toe. Allemaal onder het mom van *goed voor de gebruiker*.

De Nederlandse wet is op 5 juni 2012, na veel discussie in werking getreden
Pagina 15 van PDF : “*Taming the cookie monster with Dutch law – a tale of regulatory failure*”.

Een cookie banner, boven, onder of aan de zijkant van een webpagina de geeft gebruiker de mogelijkheid om toch een deel van de pagina te kunnen bekijken.

Na accoord te hebben gegeven (85 % of meer van de bezoekers doet dat direct) verdwijnt de banner uit beeld en worden Cookies geplaatst.

Tot zo ver de regelgeving en het basisidee.

Ironisch genoeg blijken op veel sites de cookies al vóór de toestemming bij het laden van de pagina te zijn geplaatst.

Indien de bezoeker ‘nadere cookie informatie’ heeft gekozen, wordt deze bedolven onder onduidelijke teksten en knoppen, die soms al wèl, soms niet zijn aangezet.

Werk aan de winkel voor de site bezoeker om dat allemaal uit te zoeken(kostbare tijd gebruiker) bij heel veel internetsites opnieuw.

Alleen de ‘noodzakelijke’ Cookies kunnen NIET worden uitgezet. Om de score van ‘oprechte’ cookiegebruikers nog hoger te maken wordt aan het eind van de pagina de groene knop geplaatst: “**alle cookies accepteren**” en verder weggestopt een

optie, die de marketiers eigenlijk niet willen noemen: “niet accoord”.

Zo kan de 85% score van ‘Toegestane cookies’ verder worden opgeschroefd naar wellicht 90% of hoger.

Heeft de wetgever daar een antwoord op?

Verder zijn er sites (ook in Nederland) die een belangrijk deel van de tekst weglaten, of de hele inhoud in een grijze sluier hullen, om toch maar “Accoord” van de bezoeker af te dwingen, of om een abonnement af te sluiten.

In wezen een botte manier van ‘cookie-muur’.

COOKIE gebruik bij VU Amsterdam gemeten

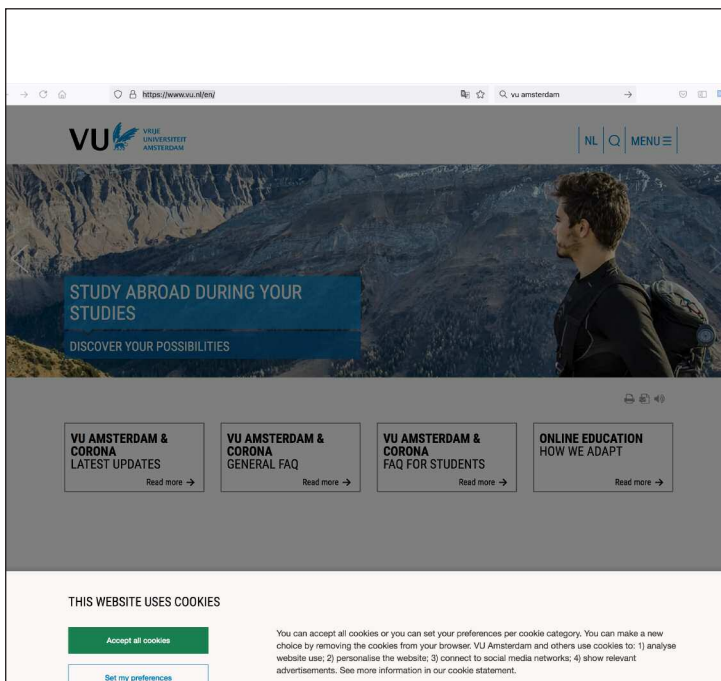
In de al eerder genoemde PDF (Universiteit Tilburg) werd de VU Amsterdam in 2015 bezocht en beschreven. We doen dat nu opnieuw in 2021.

Bezoek online VU Amsterdam internet pagina

<https://www.vu.nl/en/>

(4 juli 2021)

Bovenzijde in het grijs weergegeven (pressie middel), onderaan de banner :

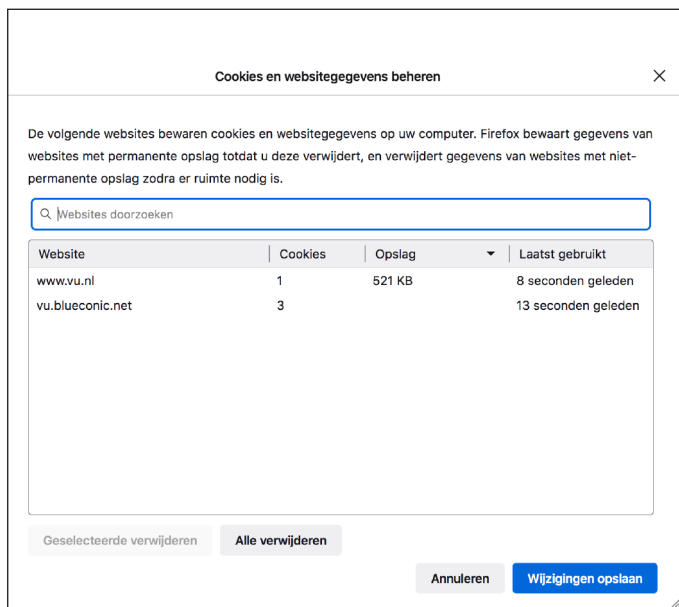


THIS WEBSITE USE COOKIES

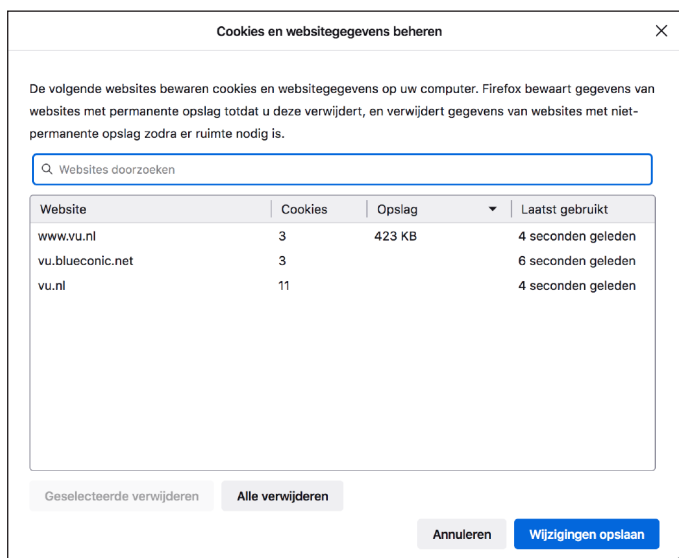
Accept all cookies

(groene balk, dat moet goed zijn)

Set my preferences (blauwe afstandelijke, koude kleur)

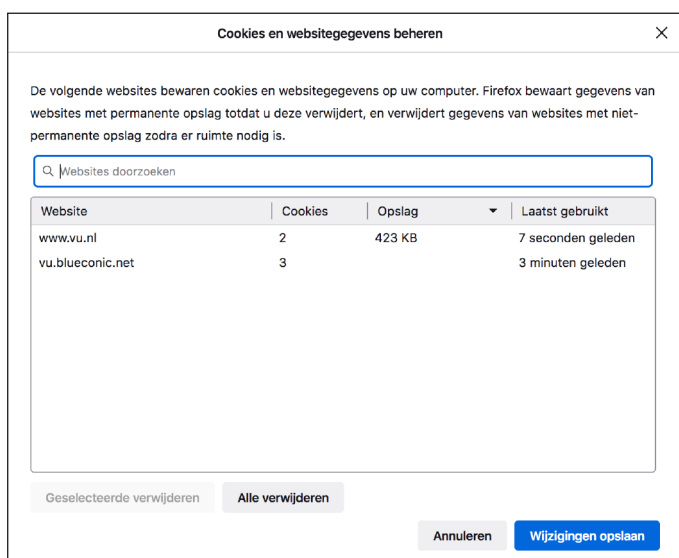


Zonder enige knop te hebben ingedrukt krijgen we direct al ongevraagd 4 cookies toegeschoven.



Na “accord” zien we deze overdaadige cookie opslag: 17 stuks.

Ook in de pagina volgend op “Set my preferences” staat de knop “Accept all cookies” weer prominent bovenaan, om daarmee het accord-gebruik van cookies verder te stimuleren.

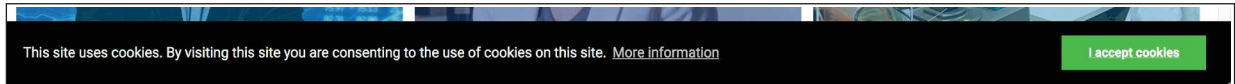


Indien u “Save preferences” inklikt, krijgt u 5 cookies uitgedeeld met een opslag van 423 in cache.

Het zal u niet verbazen dat in het blauwe site-menu aan de onderzijde van de internet pagina's diverse items kunnen worden gekozen, waarbij opnieuw toestemming tot cookie plaatsing moet worden verleend.

Ondanks een eerdere instelling of toestemming. Dat had prachtig met een bestaande

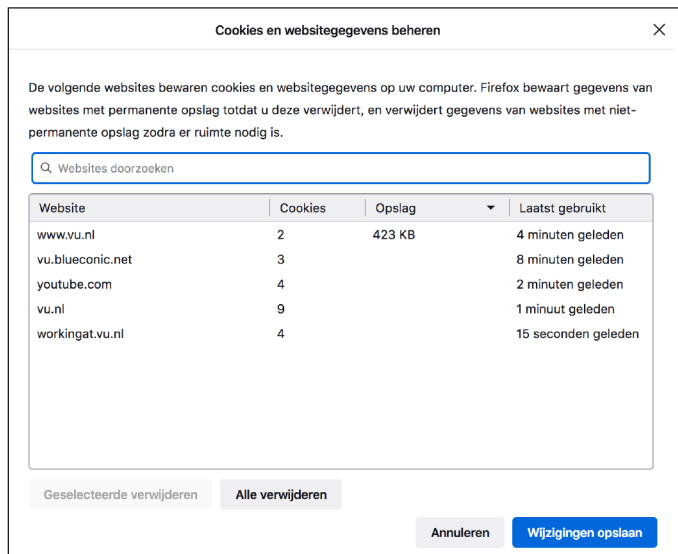
cookie geregeld kunnen worden, tenzij er bij die afdeling weer afzonderlijke (advertentie) cookies moeten worden toegepast.



Na bezoek van een paar pagina's kiezen we om terug te gaan naar de HOMEPAGE, er komt een zwarte cookiebalk onderaan in beeld.

<https://workingat.vu.nl/home>

We klikken "akkoord"



En eindigen ons korte bezoek aan de Vrije Universiteit A'dam met 22 cookies en 423 KB opslag.

Gebruikte Cookie namen:

www.vu.nl
vu.blueconic.net
youtube.com
vu.nl
workingst.vu.nl

Als uitsmijter geldt de VU DISCLAIMER pagina

<https://www.vu.nl/nl/disclaimer.aspx>

Waarbij aansprakelijkheid voor eventuele schade wordt uitgesloten.

Laatste punt:

“Verwijzingen of hyperlinks naar andere sites welke niet het eigendom zijn van een der instellingen zijn enkel opgenomen ter informatie van de gebruiker van de sites. De instellingen geven geen enkele garantie noch aanvaarden zij enigerlei aansprakelijkheid met betrekking tot van de inhoud van dergelijke sites.”

Cookieverklaring VU

uit 18 december 2019, weergegeven in juli 2021.

<https://www.vu.nl/nl/cookies/index.aspx>

“Voor het gemak noemen we Web Beacons, Flash cookies, Java scripts en Tracking pixels ook maar cookies”.

“Advertenties:

om relevante advertenties van de VU te tonen op andere websites.

Deze cookies worden geplaatst door advertentiepartners. De cookies worden gebruikt om relevante advertenties van de VU te tonen op andere websites die u bezoekt. **Met deze cookies kan uw internetgedrag gevolgd worden door advertentienetwerken.** Welke cookies deze advertentienetwerken plaatsen en hoelang deze bewaard blijven, is afhankelijk van het advertentienetwerk.”

“Let op, ook wanneer u ons GEEN toestemming geeft om advertentiecookies te plaatsen, is het nog steeds mogelijk dat u advertenties van de VU krijgt te zien. Deze zijn dan NIET gebaseerd op uw internetgedrag op de website(s) van de VU.”

Zie verder bij het overzicht onder Advertenties:

Google Search met 24 maanden als vervaldatum. De vervalt termijn is te lang.

We bezoeken nog een aantal VU-pagina's, wellicht hebben we wel interesse in een opleiding?

38 cookies en 521 KB opslag in computer, tablet of smart phone is het resultaat!

Website	Cookies	Opslag	Laatste gebruikt
www.vu.nl	3	521 KB	45 seconden geleden
google.com	1		22 seconden geleden
docs.google.com	1		22 seconden geleden
vu.blueconic.net	3		5 seconden geleden
sc-static.net	1		56 seconden geleden
youtube.com	1		12 minuten geleden
autoriteitpersoonsgegevens.nl	1		2 minuten geleden
snapchat.com	1		56 seconden geleden
workingat.vu.nl	2		12 minuten geleden
vu.nl	19		6 seconden geleden
vuweb.vu.nl	5		12 seconden geleden

Conclusie van dit VU-onderzoek

Het cookie gebruik bij de VU Amsterdam is wellicht een onderzoeksproject van studenten, of om extra aandacht en geld te genereren voor de VU, middels het beschikbaar stellen van advertenties. En doorverkoop van bezoeker-gegevens aan

online marketing bureaus. Wat de reden ook moge zijn, we ontkomen er niet aan om bij de naamgeving van de universiteit bij het woord “VRIJE” onze ideeën te hebben.

Eén van de (vele) belangrijke cookie informatie bronnen:

Eleni Kosta, Peeking into the cookie jar:

The European approach towards the regulation of cookies, *International journal of law and information technology*, 2013, vol. 21, p. 27; Omer Tene & Jules Polonetsky, To Track or ‘Do Not Track’: Advancing Transparency and Individual Control in Online Behavioral Advertising, 13 *Minn. J. L. Sci. & Tech.* 281 (2012) available at <http://ssrn.com/abstract=1920505> (last accessed 09 November 2014). Frederik Zuiderveen Borgesius, Behavioral Targeting, a European Legal Perspective, *IEEE Security & Privacy*, vol. 11, no. 1, pp. 82-85, Jan.-Feb. 2013.

Download PDF

To Track or 'Do Not Track': Advancing Transparency and Individual Control in Online Behavioral Advertising

Minnesota Journal of Law, Science & Technology, Vol. 13, No. 1, 2012

55 Pages Posted: 1 Sep 2011 Last revised: 11 Mar 2014

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1920505

filenaam: SSRN-id1920505.pdf

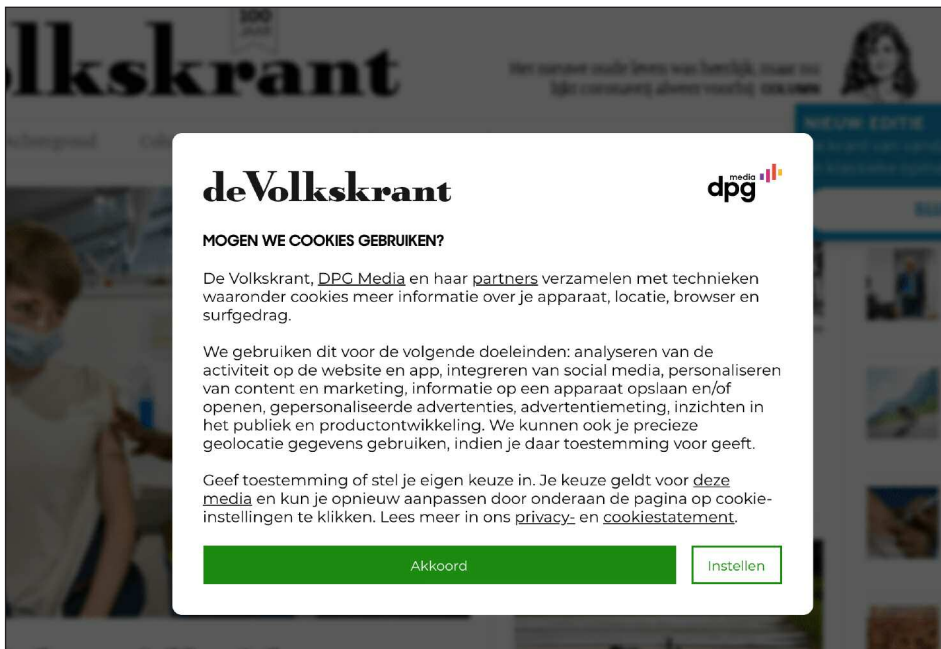
Volkskrant.nl herhaalde test

Al jaren een weerbarstige site. We proberen het begin juli 2021 opnieuw.

We bezoeken www.volkskrant.nl

De Homepage is in het duister gehuld. ‘Mogen we cookies gebruiken?’

Met een grote groene balk **akkoord** en een veel kleinere “Instellen”.

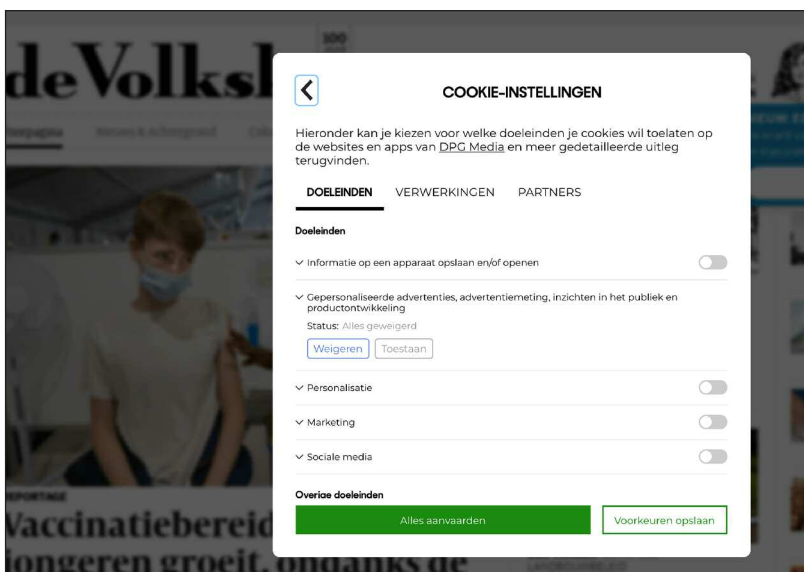


16 cookies hebben we nu al te pakken.



We kiezen in eerste instantie voor de optie “Instellen”.

Een nieuw menu verschijnt “Cookie-instellingen”

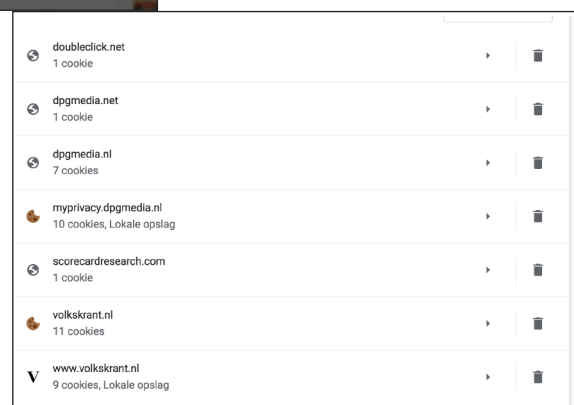


Wederom de groene balk: ‘Alles aanvaarden’ gaat nog een stap verder dan de eerste, die alleen over cookies ging, na indrukken van deze knop heeft u echt alles aanvaard (!).

We klikken op “Voorkeuren opslaan”.

In de Chrome browser bekijken wat er is gebeurd: **40 cookies** en lokale opslag.

Daarna wissen we alle cookies en bezoeken met een schone lei de Volkskrant Homepage opnieuw.



Nu kiezen we bij Volkskrant.nl voor “**Cookies akkoord**”.

In de Chrome browser zien we daarna deze verontrustende lijst :

360yield.com	1	
adfarm1.adition.com	1	
adform.net	2	ADVERTENTIES
adnxs.com	2	ADVERTENTIES
ads.pubmatic.com		lokale opslag 1.118 Byte
adsvr.org	2	
amazon-adsystem.com	2	
analytics.yahoo.com	1	
bidr.io	2	
bidswitch.net	3	
casalemedia.com	6	
cdn.cxense.com		lokale opslag 67 Byte
creative-serving.com	3	ADVERTENTIES
criteo.com	1	ADVERTENTIES
crwdcntrl.net	4	
cxense.com	3	ADVERTENTIES
de17a.com	1	
doubleclick.net	1	ADVERTENTIES
dpgmedia.net	1	
dpgmedia.nl	7	
eus.rubiconproject.com	1	
everesttech.net	1	
exelator.com	2	ADVERTENTIES
mathtag.com	1	
myprivacy.dpgmedia.nl		10 en lokale opslag 105 Byte
onaudience.com	4	
pubmatic.com	15	
quantserve.com	1	
rqtrk.eu	1	
rubiconproject.com	7	
scorecardresearch.com	1	
simpli.fi	1	
target.dittalaudience.io	1	
volkskrant.nl	18	
www.volkskrant.nl		13 en lokale opslag 88,7 KB
yahoo.com	1	

115 cookies en Kilobytes lokale opslag

Een dergelijk aantal cookies loslaten op de Volkskrant-bezoeker is ongekend. Waarbij je bedenkt dat het ook een tablet of een smartphone kan zijn, die dat allemaal in de achtergrond moet zien te verwerken. Waardoor de goede en vlotte werking van uw apparaat onder druk komt te staan.

De uitleg pagina over gebruikte Cookies somt nog meer Cookienamen op, die niet in bovenstaande lijst voorkomen. Wellicht nog extra opties afhankelijk van surfgedrag?

Kritische artikelen over het gebruik van cookies komen gelukkig nog wel in de Volkskrant aan bod, alleen ná plaatsing zijn ze niet meer online in te zien, zonder eerst een abonnement te hebben afgesloten. Met zoveel Cookies denken we daar nog wel even over na.

<https://www.volkskrant.nl/cookiewall/info>

Zijn cookiewalls Persgroep en TMG verboden of niet?

18 juli 2018. André Oerlemans

Datahandel

<https://www.candidplatform.com/nl/news/market-news/nmedia/zijn-cookiewalls-persgroep-en-tmg-verboden-of-niet.html>

Overige documentatie / literatuur

Consumentenbond

Nog veel cookies zonder toestemming !

Onderzoek 5 maart 2021, 3 jaar na invoering van de AVG uit 2018 gaat de helft van 100 populaire websites nog in de fout.

<https://www.consumentenbond.nl/internet-privacy/nog-veel-cookies-zonder-toestemming>

Stop nou eens met die dubieuze cookiemeldingen [onderzoek & tips]

Frankwatching

online trends, tips & tricks

maart 2021

<https://www.frankwatching.com/archive/2021/03/23/cookiemeldingen-onderzoek/>

Nudging

Wat is nudging?

Een gedragspsychologische motivatietechniek.

De mensen worden daarbij 'subtiel' gestimuleerd om zich op een door andere mensen voorgeschreven manier te gedragen.

We komen de term ook tegen als 'een duwtje in de gewenste richting geven'.

Waarbij nudge engels is voor 'duwtje'.

<https://nl.wikipedia.org/wiki/Nudging>

Thaler, Richard H.; Sunstein, Cass R. (2008).

Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness. Yale University Press. ISBN 978-0-14-311526-7.



Gooi- en Eemlander 19 november 2019 'Gemene duwtjes op het net'. In het engels: 'Evil nudges' in het jargon.

'De keurigste bedrijven maken zich eraan schuldig: bv. KLM met vliegtickets.'

Of extra kosten in een bestelling tot het laatst uitstellen (bekend voorbeeld is software dealer CadKoop). De koper denkt voordeliger uit te zijn, tot aan het eind van het bestelproces er ineens extra onnodige kosten bijkomen : **Nudging**.

Captology = captologie

Wat is Captology?

Het betreft de term voor computers en technische apparatuur en het menselijk gedrag.

Captology komt van CAPT = **C**omputers - **A**s - **P**ersuasive - **T**echnologies

Bedacht door Dr. BJ Fogg: Behavior design.

Met boeken als: Tiny Habits en Persuasive Technology.

Het lijkt ons een term die tegenwoordig standaard te vinden is in de gereedschapskist van de online marketier.

<https://pc-en-internet.infonu.nl/communicatie/86503-wat-is-captology.html>

Fogg, B.J. (2002).

Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do. Morgan Kaufmann Publishers. ISBN 1-558-60643-2

Tiny Habits: The small changes that change everything

Johnson, R.R.: Book Reviews: Persuasive Technology. JBTC, Journal of Business and Technical Communication, 251–254 (April 2004).

Suchman, L.A.: Plans and Situated Actions: The Problem of Human Machine Communication. Cambridge University Press, New York, Port Chester, Melbourne and Sydney (1987).

Petrou, A.D.: Book Review: **Persuasive Technology**. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 1168–1170 (October 2003).

Baudrillard, J.: The **Procession of the Simulacra**. Semiotext, New York (1983).

Orr, J.E.: Talking About Machines: An Ethnography of a Modern Job. ILR Press, Cornell University, Ithica and London (1996).

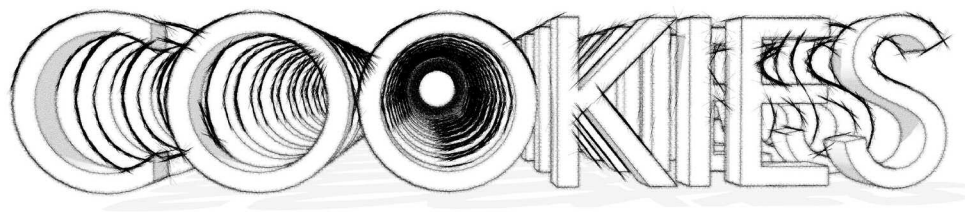
Latour, B.: Sociology of a Door. Social Problems 35(3), 298–310 (1988); Orr, J.E.: Talking About Machines: An Ethnography of a Modern Job. ILR Press, Cornell University, Ithica and London (1996).

Axup, J.: **How to manipulate social behaviour** (and why you'd want to) (2002); Tech Opinion, UserDesign.com (2004).

Nilsen, T.R.: Free speech, **Persuasion and the Democratic Process**. The Quarterly journal of Speech XLIV(3), 235–243 (1958) CrossRef.

Cookies NL-EU regelgeving

Het wordt bedrijven steeds eenvoudiger gemaakt om met (veel) Cookies aan de slag te gaan, een simpele code en een script / abonnement is voldoende om de resultaten te kunnen analyseren en gebruiken.



Nu is het zo dat “een keuze moet worden geboden” met de daarbij behorende uitleg.

1. Alleen de manier van de “vrije’ keuze schept veel extra verwarring.
2. Aan de uitleg wordt zo’n invulling gegeven dat de bezoeker al gauw geen tijd meer heeft om de inhoud van de website te kunnen lezen. En al snel de knop **Akkoord** inklikt om er van af te zijn.
3. Cookie-muur in allerlei vormen strafbaar stellen.
4. Een aanvullende regel zou kunnen zijn om de verkregen data zichtbaar te maken, de data waar het de koper van de Cookie scripts uiteindelijk om is begonnen.
5. De site bezoeker kan dan zelf beoordelen of hij / zij zich wil conformeren om zo veel privé informatie met een onbekende organisatie(s) te delen.