

De prijs van gratis internet

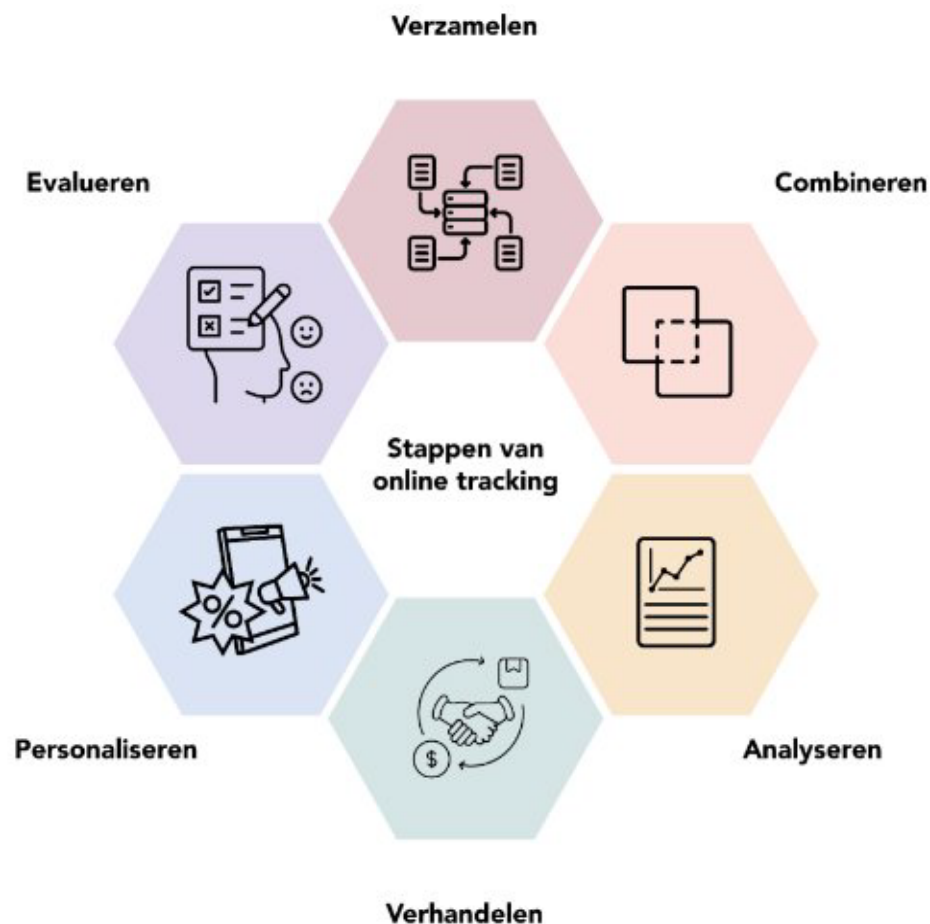
*Richtingen voor toekomstig
online-trackingbeleid*

Linda Kool

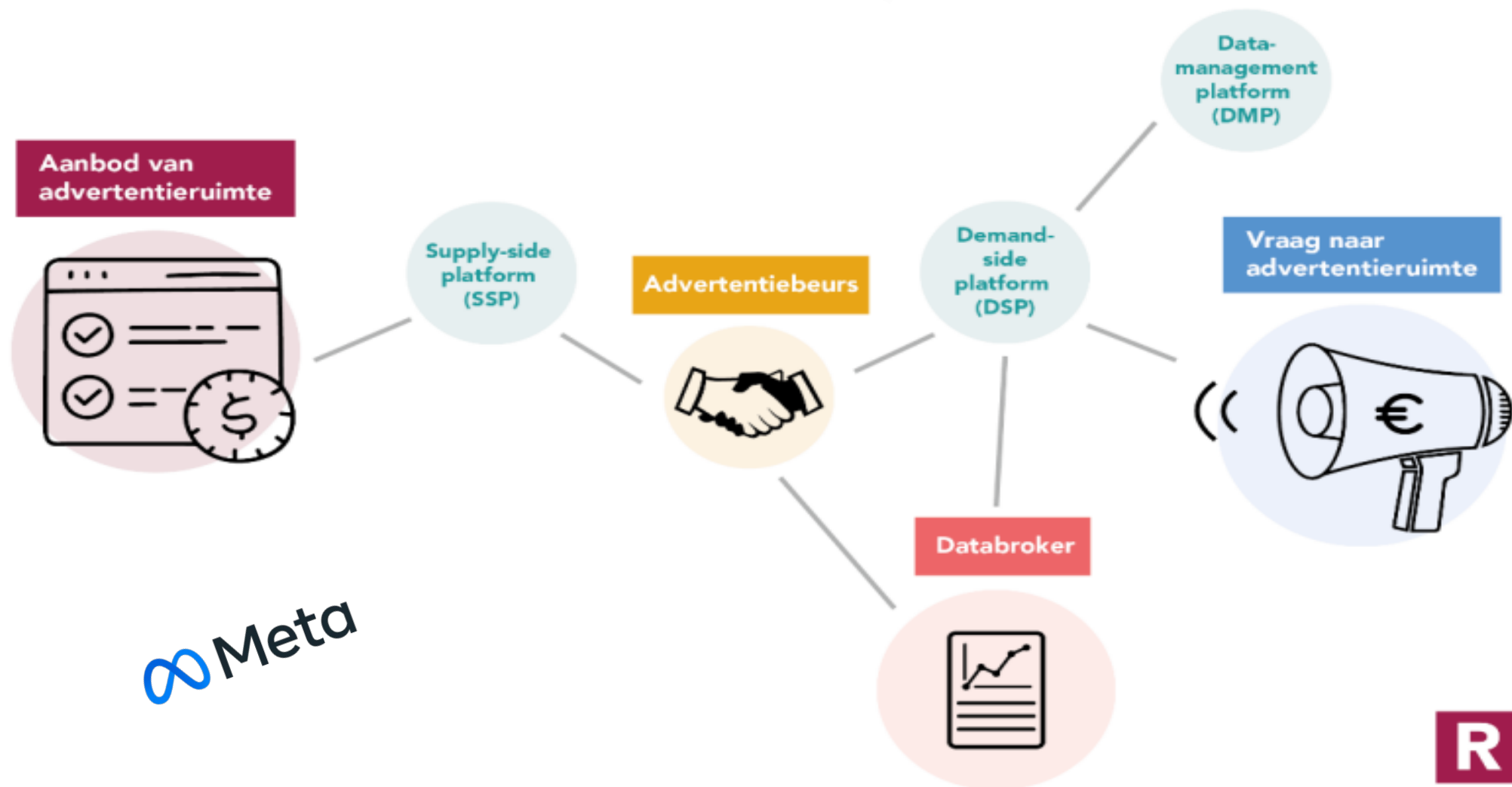


Wat is online tracking?

- Een praktijk waarbij de online activiteiten en gedragingen van internetgebruikers worden verzameld en geanalyseerd
- Vaak: t.b.v. personalisatie
- Via: Cookies, *fingerprints*
- Profielen en voorspellingen



1. Online tracking: het 'ecosysteem'



Risico's

- Privacy
- Autonomie
- Welzijn
- Non-discriminatie
- Veiligheid
- Democratie
- Economische welvaart

- <https://www.nrc.nl/nieuws/2025/11/28/webshops-zien-alles-of-je-twijfelt-gevoelig-bent-voor-korting-of-vaker-impulsaankopen-doet-a4913583>
- <https://www.volkskrant.nl/tech/online-drogisterijen-delen-gevoelige-klantdata-met-google-en-meta-blijkt-uit-onderzoek~b9379fae/>
- <https://www.bnr.nl/nieuws/tech-innovatie/10586881/locatiegegevens-eu-functionarissen-te-koop-staten-kunnen-meekijken>



ZES VRAGEN PRIVACY

Online-drogisterijen delen gevoelige klantdata met Google en Meta, blijkt uit onderzoek

Gegevens over medische zelftests, e-mailadressen en telefoonnummers van klanten komen via online-drogisterijen terecht bij Google, Meta en andere techbedrijven. Dat blijkt uit onderzoek van *Investico*, *Radar* en *De Groene Amsterdammer*. 'Er gaat hier zo veel fout, dit kun je niet afschuiven op de gebruiker.'

INTERVIEW

Webshops zien alles: 'Of je twijfelt, gevoelig bent voor korting, of vaker impulsaankopen doet'

Chantal Schinkels | e-commerce-expert Meldingen dat er nog maar twee paar schoenen beschikbaar zijn, tellers die suggereren dat de korting bijna afloopt, advertenties op tijdstippen dat je er ontvankelijker voor bent: webshops gebruiken tal van trucs om consumenten sneller en meer te laten kopen.

Tech & Innovatie • 4 nov 06:00 • Aangepast op 4 nov 08:47

Locatiegegevens EU-functionarissen te koop: 'Staten kunnen meekijken'

Auteurs: Lianne Wichgers en Bart van Rijswijk

De locatiegegevens van miljoenen mobiele telefoons in België zijn online te koop, waaronder die van hoge EU-functionarissen. Dat blijkt uit onderzoek van BNR in samenwerking met internationale partnermedia. Het risico op chantage en spionage is groot, waarschuwen deskundigen.

De tussenstand

- Online tracking is afgelopen 15 jaar uitgegroeid tot het centrale verdienmodel van het huidige internet
- Bestaande wetgeving tracht maatschappelijke risico's te beperken, maar slaagt daar onvoldoende in
- Wat nu? Hamvraag:
Hoe wegen we de waarde van (a) gerichte advertenties en (b) gratis online diensten tegen (c) de maatschappelijke risico's?
- Drie beleidsrichtingen, rondom drie verdienmodellen > reflecteren verschillende afwegingen

Drie beleidsrichtingen, drie verdienmodellen

1. Optimalisatie van bescherming binnen het **huidige systeem**
2. Systeemverandering richting **contextueel adverteren**
3. Systeemverandering richting **betaalde diensten**

	Geloof economische meerwaarde gerichte ads	Diensten dienen online gratis te zijn	Vermindering risico's is mogelijk binnen huidig systeem
Optimalisatie	Ja	Ja	Ja
Contextueel adverteren	Nee	Ja	Nee
Betaalde diensten	Nee	Nee	Nee

Toekomst met AI?

- AI-zoekmachines als nieuwe portalen tot het web: ontwrichting verdienmodellen geënt op ‘virtueel voetverkeer’?
- Lost het ‘probleem’ van online tracking niet op, ‘chatvertising’
- AI-agents als degenen die aankoopbeslissingen maken?
- Welke rol gaat (her)waardering human-made content en/of gerenommeerde merken spelen?
- **Wat voor ‘content’-verdienmodel is levensvatbaar in het AI-tijdperk?**

Kortom, tijd voor een slim en rechtvaardig verdienmodel voor kwaliteitsnieuws en content

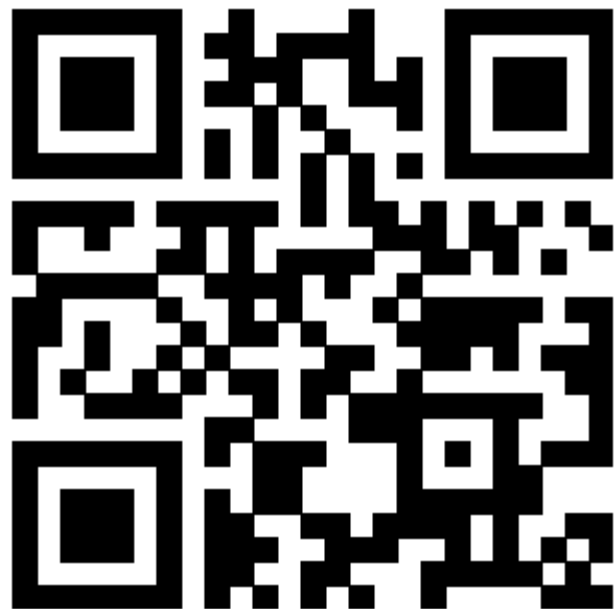
“Of course, it’s possible that our digital economy was broken from the start. Subsistence on trickle-down ad revenue may be unsustainable, and the attention economy has inflicted real harm to privacy, integrity, and democracy online. Supporting quality news and fresh content may require other forms of investment or incentives.”

AI pioneers should seize this opportunity to lay the foundations for a smart, equitable, and scalable reward system. If they don’t, governments now have the frameworks—and confidence—to impose their own vision of shared value.”

[AI search could break the web | MIT Technology Review](#)



Vragen?



edu.nl/kt4hm

