

**IAB Europe Gedragscode voor  
Online Behavioural Advertising (OBA)**

---

De ondertekenende organisaties committeren zich aan deze Europese Gedragscode voor Online Behavioural Advertising (OBA). De Gedragscode legt bindende regels voor OBA op aan het bedrijfsleven om de transparantie voor webbezoekers te vergroten en hen de keuze te bieden reclame gebaseerd op surfgedrag te accepteren of te weigeren. Ook benoemt de Gedragscode ‘best practices’ in de toepassing van OBA. De Gedragscode reguleert of en hoe organisaties surfgedrag mogen vastleggen om relevante online reclame te tonen. De Gedragscode ziet niet toe op de inhoud van de reclame noch de Ad Delivery.

## Toepassing van de Gedragscode en de Regels

Er is een aantal uiteenlopende wetten, die van toepassing kunnen zijn op OBA, met name in de gevallen waar de verwerkte gegevens betrekking hebben op een identificeerbare natuurlijke persoon en dus aangemerkt kunnen worden als persoonsgegevens. De bepalingen uit deze Gedragscode geven organisaties handvatten om toepasselijke wet- en regelgeving in hun bedrijfsprocessen te implementeren, ook op gebieden waar dit niet bij Wet geregeld is.

Gegeven het feit dat het toepasselijk recht varieert van land tot land, geeft het naleven van deze Gedragscode niet de garantie dat een organisatie voldoet aan het toepasselijk Recht van ieder land. Het toepasselijk Recht is onverminderd van toepassing. Deze Gedragscode biedt internetgebruikers een direct voordeel, in het bijzonder door het standaardiseren van consumenteninformatie op websites of in advertenties, en door het creëren van eenvoudige mechanismen om OBA te accepteren of te weigeren, ook in situaties waar geen persoonsgegevens worden verwerkt. Webbezoekers kunnen klachten indienen tegen organisaties die niet lijken te voldoen aan de bepalingen in deze Gedragscode.

De Gedragscode heeft betrekking op Online Behavioral Advertising en richt zich op het registreren van surfgedrag over langere tijd en meerdere websites die niet onder Uniforme Zeggenschap staan, met als doel interessegebieden te creëren; of surfgedrag toe te wijzen aan interessegebieden, ten einde advertenties te plaatsen in overeenstemming met de interesses en voorkeuren van die internetgebruiker.

De Gedragscode is niet van toepassing indien surfgedrag geregistreerd wordt door één of meerdere websites onder Uniforme Zeggenschap.

De Gedragscode is van toepassing op het hele internet “Ecosysteem”. De Code kent aparte provisies voor Website Operators, Derde Partijen en aanbieders van desktop applicatie software in OBA. In de Gedragscode is rekening gehouden met het feit dat een bedrijf diverse activiteiten kan hebben en daarom kunnen voor iedere activiteit verschillende bepalingen en vormen van informatieverplichtingen en toestemming van toepassing zijn.

### ***Ad Delivery***

Ad Delivery is het plaatsen van online advertenties of het leveren van aan reclame verwante diensten, met gebruikmaking van de gegevens van Ad Reporting.

Het verzamelen en gebruiken van de gegevens verkregen door Ad Reporting valt niet onder Ad Delivery, wanneer deze gegevens worden gebruikt om advertenties op een computer of apparaat te plaatsen, gebaseerd op de voorkeuren of interesses van gebruikers, die afgeleid zijn van informatie die gedurende langere tijd over meerdere platformen van verschillende rechtspersonen is verzameld.

### ***Ad Reporting***

Ad Reporting is het registreren van het bekijken van pagina's van een website of het verzamelen of gebruikmaken van andere informatie over een browser, een operating system, domeinnaam, datum en tijdstip van het bekijken van de webpagina of de advertentie, en informatie die daarmee verband houdt, onder andere voor de volgende doelen:

- het rapporteren van statistische gegevens in verband met de activiteit op een website of websites;
- het analyseren van websites met als resultaat de analyses zelf; en
- het registreren van het aantal en het soort advertenties die op (een) bepaalde website(s) zijn geplaatst.

### ***Zeggenschap***

Zeggenschap over een rechtspersoon betekent dat een andere rechtspersoon (1) daarin de meerderheid van de stemmen heeft of (2) een lid daarvan is en het recht heeft om de meerderheid van de directieleden aan te wijzen of te ontslaan; of (3) een lid daarvan is en krachtens een overeenkomst met de andere leden als enige het beheer heeft over de meerderheid van de stemmen, of (4), verplichtingen heeft opgelegd of anderszins de strategie of activiteiten daarvan regelt door middel van een wettelijk bindend contract; of (5) anderszins de macht heeft om een dwingende invloed uit te oefenen over het management, de strategie of de activiteiten ervan, en "onder Zeggenschap" dient in overeenstemming hiermee geïnterpreteerd te worden.

### ***Uniforme Zeggenschap***

Onder rechtspersonen of websites onder Uniforme Zeggenschap worden verstaan diegene die de Zeggenschap hebben over andere organisaties, bijvoorbeeld moederorganisaties, diegene die onder Zeggenschap vallen van andere organisaties, zoals dochterorganisaties, of die welke onder Uniforme Zeggenschap staan, zoals een organisatiegroep. Hieronder vallen ook rechtspersonen die een schriftelijke overeenkomst hebben om gegevens te leveren aan de rechtspersoon (of rechtspersonen) onder wiens Zeggenschap zij vallen, en die dit alleen doen voor en namens die rechtspersoon of rechtspersonen en niet voor zichzelf of namens zichzelf.

### ***Icoon***

Een Icoon is een zichtbaar internet pictogram dat een hyperlink bevat naar de OBA Gebruikerskeuze-site of een hyperlink naar de Derdenverklaring (zie I.A.1).

---

### ***Expliciete toestemming***

Expliciete toestemming betekent dat een persoon uit vrije wil, specifiek en geïnformeerd middels een actieve handeling reageert op een duidelijke en begrijpelijke mededeling betreffende het verzamelen en gebruiken van gegevens voor OBA-doeleinden.

### ***Online Behavioural Advertising (OBA)***

Online Behavioural Advertising duidt op het verzamelen van gegevens van een bepaalde computer of ander apparaat betreffende surfgedrag over langere tijd en meerdere websites die niet onder uniforme zeggenschap staan en deze gegevens te gebruiken om de voorkeuren en interesses van de internetgebruiker te voorspellen met als doel op die bepaalde computer of apparaat online reclame te tonen, gebaseerd op de voorkeuren en interesses, die zijn afgeleid van het online bezoekgedrag.

De activiteiten van website operators, Ad Delivery, Ad Reporting en contextuele reclame (bijv. reclame die inhaakt op de content van de bezochte website, op het actuele bezoek aan een webpagina door een consument, of een zoekopdracht) vallen niet onder Online Behavioural Advertising.

### ***OBA Gebruikerskeuze-site***

Een op de consument gerichte website en educatief portaal ([www.youronlinechoices.eu/nl](http://www.youronlinechoices.eu/nl)) en alle opvolgers daarvan), die beschikbaar zijn in alle officiële talen van de EU en in die van de EER. Op deze website kunnen internetgebruikers een keuze maken ten aanzien van het verzamelen en gebruiken van hun gegevens voor Online Behavioural Advertising door een of meer Derde Partijen of bevat een link naar een mechanisme waar een keus gemaakt kan worden wat betreft Online Behavioural Advertising.

### ***Derde Partij***

Een rechtspersoon is een Derde Partij voor zover deze zich bezig houdt met Online Behavioural Advertising op een andere website of andere websites dan welke de Derde Partij of een rechtspersoon onder Uniforme Zeggenschap in bezit heeft of exploiteert.

### ***Website operator***

Een Website Operator is de eigenaar, beheerder of exploitant van de website, die de internetgebruiker bezoekt.

---

## Regel 1. Verklaring

### **A. Informatieverstrekking door Derde Partijen**

1. *Informatieverstrekking door Derde Partijen* – Derde Partijen dienen duidelijke en begrijpelijke informatie op de eigen website te zetten waarin zij aangeven hoe zij gegevens verzamelen en gebruiken in het kader van Online Behavioural Advertising. De volgende punten moeten duidelijk zijn beschreven:

- (a) Hun identiteit en contact-gegevens;
- (b) Het soort gegevens dat wordt verzameld en gebruikt voor OBA, en of het gaat om “persoonsgegevens” of om “gevoelige persoonsgegevens”, zoals beschreven in de Wet Bescherming Persoonsgegevens;
- (c) Het doel of de doeleinden waarvoor de OBA-gegevens worden verwerkt en de ontvangers of categorieën ontvangers, die niet onder de Uniforme Zeggenschap vallen en aan wie dergelijke gegevens ontsloten kunnen worden;
- (d) Een eenvoudig te gebruiken mechanisme om een keus van een webbezoeker te effectueren betreffende het verzamelen en gebruiken van gegevens voor OBA-doeleinden en het doorgeven van dergelijke gegevens aan derde partijen voor OBA.
- (e) Het feit dat het Bedrijf zich aan deze Gedragscode houdt; en
- (f) Een link naar de OBA Gebruikerskeuze-site.

### **2. Uitgebreide Derde Partijen verklaring voor consumenten**

- (a) Naast het verstrekken van informatie zoals beschreven in A1, zijn Derde Partijen verplicht om een aanvullende informatie te verschaffen over het verzamelen van gegevens voor OBA doeleinden, door het plaatsen van de Icoon in of rondom de betreffende OBA advertentie; en
- (b) Derde Partijen kunnen informatie verstrekken via de Icoon op de webpagina, waar de gegevens voor OBA doeleinden worden verzameld, als er een overeenkomst is met de Website Operator voor het op deze wijze verstrekken van deze informatie.

### **B. Verklaring van de Website Operator**

De Website Operator moet voldoen aan de bestaande toepasselijke wetgeving als hij toestemming geeft aan Derde Partijen voor het verzamelen en gebruiken van gegevens voor OBA doeleinden; ook moet hij deugdelijke en voldoende informatie verstrekken over deze overeenkomst. De Website Operator is hiertoe niet verplicht wanneer de Derde Partij hierover een verklaring geeft, zoals aangegeven in I.A.2.

---

## **Regel II. De keuze van webbezoekers**

- A. Elke Derde Partij moet zorgen voor een mechanisme waarmee webbezoekers een keuze kunnen maken over het verzamelen en gebruiken van zijn gegevens voor OBA en het doorgeven van deze gegevens aan Derde Partijen. De keus moet gemaakt kunnen worden op basis van de verklaring als beschreven in I.A.1 en via de gebruikerskeuze-site met betrekking tot OBA.
- C. Indien organisaties gegevens verzamelen en verwerken door het gebruik van technieken bedoeld om data te oogsten van alle of zo goed als alle door een computer of ander apparaat bezochte URL's over een veelvoud van websites en deze gegevens gebruiken voor OBA, moeten zij daarvoor eerst expliciet toestemming krijgen.
- D. Organisaties, die volgens art. II.B deze expliciete toestemming hebben gekregen, moeten een eenvoudig te gebruiken mechanisme inbouwen, waarmee internetgebruikers hun expliciete toestemming om dergelijke gegevens te verzamelen en gebruiken voor OBA, kunnen intrekken.

## **Regel III. Bescherming van de gegevens**

### **A. Waarborgen**

Organisaties moeten passende fysieke, elektronische en administratieve waarborgen instellen om de voor OBA verzamelde en gebruikte gegevens te beschermen.

### **B. Gegevensopslag**

Organisaties mogen gegevens die zijn verzameld en gebruikt voor Online Behavioural Advertising alleen bewaren voor zolang dit nodig is om te voldoen aan een legitiem verwerkingsdoel of zolang de Wet dit vereist.

## **Regel IV. Gevoelige segmenten**

### **A. Segmenten voor kinderen**

De organisaties gaan ermee akkoord om geen OBA-segmenten te creëren, die specifiek gericht zijn op kinderen. Deze bepaling geldt voor kinderen tot en met 12 jaar.

### **B. Andere gevoelige segmenten**

Alle organisaties die OBA segmenten willen creëren of gebruiken, die te maken hebben met gevoelige persoonlijke gegevens, zoals aangegeven in art. 8.1 van Richtlijn 96/46/EC, moeten de expliciete toestemming hebben van een internetgebruiker overeenkomstig het Toepasselijk Recht, alvorens OBA, met gebruikmaking van die informatie te gaan toepassen.

---

## **Regel V. Voorlichting**

Organisaties die zich met OBA gaan bezighouden moeten individuele personen en organisaties informatie verschaffen over OBA, waaronder eenvoudig toegankelijke informatie over hoe gegevens ten behoeve van OBA worden verzameld en gebruikt en hoe de internetgebruiker hierin een keuze heeft. Dit kan bijvoorbeeld informatie

zijn in eenvoudig taalgebruik en een gebruiksvriendelijk format (zoals online video). Organisaties worden aangemoedigd om een consistent of gemeenschappelijk hulpmiddel te gebruiken voor dit soort educatieve informatie.

## **Regel VI. Naleving en Handhaving**

### **A. Toepasselijkheid en bevoegdheid**

Deze Gedragscode is onderdeel van de zelfregulering en schept verplichtingen voor alle organisaties die zich aan deze Gedragscode committeren. Na het aannemen van de Gedragscode en de Icoon moet iedere organisatie voor 30 juni 2012 aan de bepalingen in deze Code voldoen. Organisaties die de Gedragscode pas na 1 jan. 2012 aanvaarden moeten binnen 6 maanden na acceptatie voldoen aan de verplichtingen en de zelfcertificering-procedure.

### **B. Naleving en zelf-certificering**

Zelf-certificering van het naleven de Gedragscode is beperkt tot de eisen uit de Code die van toepassing zijn op het business-model van een specifieke organisatie. Als een bedrijf aan meerdere verplichtingen moet voldoen, dan moeten alle van toepassing zijnde bepalingen onder zelf-certificering vallen. Zelf-certificering van de naleving van deze Gedragscode ontslaat organisaties niet van het voldoen aan hun verplichtingen onder de toepasselijke wetgeving van het betreffende land.

### **C. Audits betreffende zelf-certificering**

Organisaties die moeten voldoen aan Regel II dienen hun zelf-certificering te onderwerpen aan onafhankelijke audits.

De audits moeten voldoende breed zijn opgezet om de naleving van de organisaties, die zich bezig houden met OBA in de EU en de EER-lidstaten te kunnen controleren. Dergelijke onafhankelijke audits moeten minimaal de volgende onderdelen bevatten:

- a) Methodes voor het individueel en onafhankelijk controleren van bedrijfswebsites ten einde naleving van de verplichtingen op grond van deze Gedragscode te bevestigen;
- b) Methodes voor geautomatiseerd of geïndividualiseerd periodiek monitoren van een statistisch relevant aantal websites, waar objectief de naleving van Regel I en II van deze Gedragscode kan worden vastgesteld.
- c) Methodes om rechtstreeks met de organisatie die op onderdelen niet aan de Regels blijkt te voldoen, op een transparante manier en binnen een redelijke tijd een oplossing te vinden.
- d) Publicatie van de besluiten in het geval van niet naleving van deze Gedragscode, , evenals de bevinding van algeheel goede naleving bij een of meerdere organisaties die zelf-gecertificeerd zijn op grond van deze Gedragscode.

---

#### **D. Behandeling van consumentenklachten**

Procedures voor klachtenbehandeling die onder deze Gedragscode vallen, dienen de volgende elementen te bevatten:

- a) Eenvoudig toegankelijke mechanismen om klachten direct door te geven aan de organisaties.
- b) Transparante, makkelijk herkenbare en toegankelijke mechanismen voor klachtenbehandeling door onafhankelijke, alternatieve organen voor het oplossen van geschillen, zoals de Reclame Code Commissie.
- c) Coördinatie tussen organisaties en alternatieve organen voor het oplossen van geschillen, waaronder de Reclame Code Commissie, om te garanderen, dat organisaties, die zich bezig houden met OBA niet onredelijk worden onderworpen aan diverse handhavingmechanismen wat betreft de naleving van de verplichtingen uit deze Gedragscode.
- d) Consumenten die klachten indienen bij een klachtencommissie, inclusief de Reclame Code Commissies dienen toegang te hebben tot eenvoudige klachtenbehandelingsmechanismen in hun eigen taal.
- e) Publicatie van besluiten wanneer niet wordt voldaan aan de verplichtingen op grond van deze Gedragscode, onder meer in de taal van het land waar de klacht het eerst werd uitgebracht.

Daarnaast dienden de organisaties, die onderworpen zijn aan deze Gedragscode, samen te werken om de Internetgebruikerskeuze-site ten aanzien van OBA beschikbaar te maken.

#### **E. De relatie tussen de naleving-programma's:**

Uitvoerders van relevante audit- en nalevingsprogramma's binnen de context van het behandelen van consumentenklachten, moeten effectief samenwerken, en het gebruik van een gemeenschappelijk auditformulier bevorderen binnen de EU en de EER lidstaten en de andere regio's en landen, zoals de USA.

Uitvoerders van relevante nalevingsprogramma's moeten ook samenwerken om de transparantie, consistentie en samenhang van de uitvoering en handhaving te garanderen, binnen de EU en de EER lidstaten.

#### **Regel VII. Herziening**

De ondertekenende organisaties van de Gedragscode zullen deze regelmatig, minimaal iedere 3 jaar, herzien, vanwege de ontwikkeling van OBA en de bedrijfspraktijken.