



GDPR, ePrivacy & Awin

GDPR is een zeldzame gelegenheid om de wetgeving op het gebied van gegevensbescherming in heel Europa te heroverwegen. Voor bedrijven die binnen de digitale industrie werken, is het van cruciaal belang dat ze de complexiteit van zowel de GDPR als de ePrivacy begrijpen. In deze whitepaper proberen we de gevolgen hiervan voor affiliate marketing uit te leggen en praktische begeleiding te bieden aan publishers en adverteerders.



Inhoudsopgave

Awin & de GDPR	3
GDPR in een notendop.....	4
Het totaalplaatje met ePrivacy.....	5
Wat is de impact van de GDPR op de affiliate marketing industrie?	6
Awin's voorbereiding op de GDPR.....	7
Het gebruik van persoonsgegevens.....	8
Consumenten gegevens.....	9
Gegevens controller of verwerker?	10
Netwerken en publishers; verwerkers of gezamenlijke controller met de adverteerder?	11
Hoe verschilt deze positie van andere netwerken?	12
Welke maatregelen neemt Awin?	13
Rechtmatig belang en de afwegingstest.....	14
Waarom geen toestemming?	15
Het respecteren van toestemming	17
The ePrivacy wetgeving.....	18
Welke impact heeft de GDPR op cookie-toestemming?	19
How does this change the way publishers work with Awin?.....	20
Awin's toestemmingstool.....	21
Awin's positie in het kort.....	22
Wat betekent dit als ik adverteerder of publisher ben die met Awin samenwerkt?	23
Waar kom ik meer te weten?	24

Awin & de GDPR

De General Data Protection Regulation (GDPR) - oftewel de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) - is 25 mei 2018 jl. in werking getreden. Dit betekent dat er een belangrijke wijziging is in de manier waarop persoonsgegevens in de EU worden gereguleerd en vervangt zo een gedateerd, bestaand juridisch kader dat de snelle toename van het gebruik van persoonsgegevens door bedrijven in de afgelopen twintig jaar niet zag aankomen.

Elk affiliate marketingnetwerk en SaaS platform heeft zelf een 'due diligence'-onderzoek uitgevoerd en juridische begeleiding gezocht over wat hun juridische positie is voor het verwerken van gegevens en hoe ze denken te passen binnen het adverteerder/publisher ecosysteem.

Omdat er geen consistentie is in de wijze waarop affiliate netwerken gegevens gebruiken, is er geen consensus. Onvermijdelijk heeft dit geleid tot onduidelijkheid in de industrie. In dit document willen we de redenering achter Awins positie en onze verwachtingen ten aanzien van de bedrijven en partners waarmee we samenwerken, toelichten.



GDPR in een notendop

De GDPR is ontworpen om de consumenten in de EU meer zeggenschap te geven en hun rechten met betrekking tot het gebruik van hun gegevens vast te leggen. Voor de digitale industrie wordt dit steeds belangrijker, omdat de definitie van wat als persoonsgegevens wordt beschouwd is uitgebreid. Nu omvat de definitie alles wat een individu kan onderscheiden, maar niet persé duidelijk persoonlijk identificeerbaar is. Dus hoewel een e-mailadres vanzelfsprekend onder persoonsgegevens valt, omvat het toepassingsgebied nu ook verborgen identificatoren zoals een IP-adres of een order ID.

Om deze gegevens te kunnen verwerken, hebben bedrijven een rechtsgrondslag moeten kiezen, waarvan er zes varianten zijn. Voor sommige bedrijven ligt het voor de hand, maar veel digitale marketing bedrijven dienen over het algemeen te kiezen tussen 'toestemming' of 'legitieme belangen'. Later meer hierover.

Naast de rechtsgrondslag zijn er ook enkele kernprincipes in de GDPR vastgelegd.

'Privacy by design' vereist bedrijven om grondig te herzien hoe zij nieuwe tools en technologie ontwikkelen, waarbij gegarandeerd moet zijn dat privacy- en datacontroles deel uitmaken van het DNA van upgrades en releases. Dataminimalisatie vereist bedrijven alleen de gegevens te tracken die ze nodig hebben om de omschreven verwerkingsfunctie uit te kunnen voeren. Daarnaast zijn training van werknemers en de aanstelling van personen die zich bezighouden met de handhaving twee belangrijke overwegingen.

Het niet naleven van de nieuwe regels kan uiteindelijk leiden tot sanctie, zoals aanzienlijke boetes.

De GDPR is dus verstrekkend en allesomvattend. Maar naast dit stuk wetgeving moeten ook de bestaande regels rondom digital marketing, die zijn vastgelegd in de besluiten van de lidstaten tot uitvoering van de ePrivacy Directive, grondig worden overwogen.



Het totaalplaatje met ePrivacy

De ePrivacy Richtlijn (ook wel bekend als de Cookie Richtlijn) geeft consumenten specifieke privacy rechten met betrekking tot elektronische communicatie, waarbij het gebruik van cookies en soortgelijke technologieën het belangrijkste gebied is voor affiliate marketing. De ePrivacy richtlijn vormt een aanvulling op de algemene wetgeving inzake gegevensbescherming en bevat specifiekere privacy-rechten voor elektronische communicatie. Het is moeilijk te begrijpen wat ePrivacy betekent voor Awin en elk bedrijf dat in de EU actief is, iets dat voortkomt uit de aard van de wetgeving.

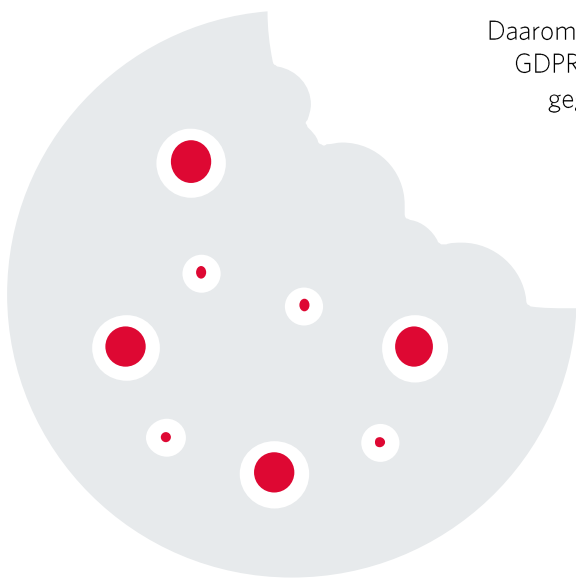
Terwijl de GDPR, zoals de naam al zegt, een verordening is en rechtstreeks van toepassing is op bedrijven die in Europa actief zijn, is ePrivacy in zijn huidige vorm slechts een richtlijn waarbij de uitvoering aan de lidstaten wordt overgelaten. De definitieve tekst van de ePrivacy wet is dus bepaald door de individuele lidstaten en als gevolg daarvan zijn de verplichtingen rondom cookies (en vergelijkbare technologieën) in heel Europa aan verschillende vereisten onderworpen. Om die reden dient de GDPR universeel te worden toegepast, terwijl ePrivacy lokaal moet worden geïnterpreteerd

Deze rechtsonzekerheid zal worden weggenomen, zodra de ePrivacy verordening in werking treedt. Tot die tijd moeten bedrijven die in meerdere rechtsgebieden actief zijn echter overwegen om lokaal advies in te winnen om naleving te waarborgen..

Om nog meer verwarring te zaaien; de GDPR en ePrivacy kunnen niet los van elkaar worden geïnterpreteerd. In sommige rechtsgebieden kan voor ePrivacy de toestemming voor cookies op GDPR-niveau vereist zijn (ongeacht of via die cookie al dan niet persoonsgegevens worden verzameld. Wij hebben geprobeerd om hieronder een duidelijk onderscheid te maken tussen de twee bij het adresseren van gegevens en cookietoestemming.

*GDPR en ePrivacy
kunnen niet los van
elkaar worden
geïnterpreteerd.*

Daarom zullen we, hoewel deze richtlijnen bedoeld zijn om de impact van de GDPR op affiliate marketing aan te pakken ook verwijzen naar ePrivacy om de gegevensregulering in zijn geheel aan te pakken..

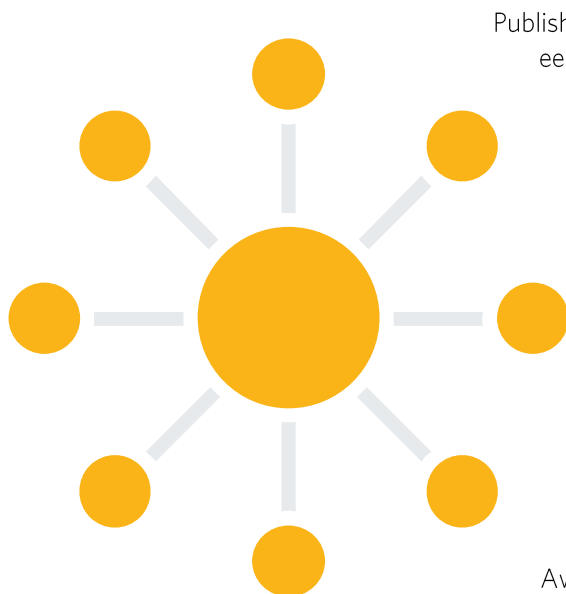


Wat is de impact op de affiliate marketing industrie?

De grotere reikwijdte en toepassing van de GDPR op soorten persoonsgegevens die, afhankelijk van de context, tot 25 mei jl. mogelijk nog niet gereguleerd waren, is relevant voor onze industrie aangezien deze gegevens nu wel gereguleerd zijn.

Dit omvat device ID's, cashback member ID's, klantnummers en andere technische identificatiemiddelen. Bovendien stelt de GDPR strengere eisen aan het verkrijgen van toestemming van de gebruiker voor de verwerking van persoonsgegevens. We verwachten geen aanzienlijke impact op affiliate marketing. In zijn zuiverste vorm en met betrekking tot de specifieke services van Awin omvatten de verwerkte persoonsgegevens geen gevoelige informatie en is het grotendeels technisch van aard.

Vergelijk het affiliate kanaal met anderen die gebruik maken van persoonlijke gegevens om consumentenprofielen op te bouwen om vervolgens te bereiken via advertenties. Doorgaans houdt affiliate marketing zich niet bezig met remarketing of programmatic technieken. Sommige merken zullen echter wel samenwerken met publishers die dit soort activiteiten op CPA-basis uitvoeren via het affiliate kanaal. We verwachten dan ook dat in sommige gevallen behavioural advertising en andere performance-based marketing, die sterk afhankelijk zijn van gebruikersprofielen voor het verzenden van gerichte reclame, onderworpen kunnen worden aan strengere wettelijke verplichtingen.



Publishers zullen daardoor onvermijdelijk in een positie komen te verkeren waarin de verplichtingen van het ene netwerk verschillen van het andere.

In maart 2018 probeerden affiliate netwerken onder leiding van Awin een industrie consensus te bereiken door tot een consistente aanpak te komen. Hoewel dit niet mogelijk was, stemden alle aanwezigen er wel mee in om hun naam onder een [officiële verklaring](#) van de industrie te zetten.

Awins aanbeveling voor publishers is om contact op te nemen met alle netwerken waar ze mee werken en duidelijk te hebben wat de vereisten van die netwerken zijn en waarom.

Publishers zullen in een situatie komen waarin de verplichtingen van een netwerk verschillen van die van de ander.

Awins voorbereiding op de GDPR

Een van de belangrijkste effecten van de GDPR is dat alle bedrijven verplicht zijn om hun gebruik van persoonsgegevens te onderzoeken in de context van het nieuwe toepassingsgebied, de nieuwe beginselen en de nieuwe rechten die de GDPR biedt. Awin heeft deze beoordeling via een gedetailleerde Privacy Impact Assessment (PIA) uitgevoerd. In het kader van onze PIA hebben we:

01	02	03
Een gedetailleerd overzicht gemaakt van alle gegevens die tijdens Awins tracking activiteiten verzameld zijn	Beoordeeld of Awin als een controller of verwerker handelt met betrekking tot die gegevens	Het doel en de rechtsgrondslag van elke verwerkingsactiviteit beoordeeld
04	05	06
Een 'afwegingstoets' uitgevoerd waarbij gerechtvaardigd belang als grondslag voor de verwerking van persoonsgegevens werd geïdentificeerd*	Vrijwaringen geïdentificeerd die noodzakelijk zijn om de gegevens te beschermen	Waar mogelijk het gebruik van persoonsgegevens tot een minimum beperkt

*Deze test werd gebruikt om te evalueren of de veronderstellingen van Awin bij het kiezen van gerechtvaardigd belang geldig zijn.



Bij het interpreteren van Awins positie onder de GDPR, is het belangrijk om te begrijpen hoe Awin persoonsgegevens verwerkt en wat de impact hiervan is op de privacy van de individuen.

Het gebruik van persoonsgegevens

In de gebruikelijke gang van zaken, verwerkt Awin gegevens over de volgende persoonscategorieën:

01	02	03	04
Personeel Awin	Personeel publisher, advertiser en leverancier	Publishers waarbij de publisher een particulier is	Consumenten waarvan hun aankopen door Awin getrackt worden

Voor de doeleinden van deze paper, zullen we alleen de tracking activiteit waarmee persoonlijke gegevens van consumenten zijn verwerkt in detail beschrijven. De reden hiervoor is dat alle andere verwerkingsactiviteiten uitsluitend worden uitgevoerd met het oog op het beheer van de onderneming en dat dergelijke gegevens volgens de richtlijnen van de regelgevende instanties hoogstwaarschijnlijk niet tot een hoog risico voor personen zullen leiden.

We zullen alleen de tracking activiteit waarmee persoonlijke gegevens worden verwerkt in detail beschrijven



Consumentendata

Awin gebruikt voornamelijk consumentengegevens voor tracking doeleinden. Tracking stelt Awin in staat om een beter inzicht te verwerven in de online journey die een consument over bepaalde websites maakt, nadat hij een advertentie heeft bekeken of erop heeft geklikt. Het doel van tracking is om de sales- en marketinginspanning van een publisher aan een bepaalde transactie toe te schrijven, zodat adverteerders publishers per transactie kunnen belonen. Tracking stelt Awin ook in staat om publishers en adverteerders van bijbehorende rapportages te voorzien.

Cross-device tracking stelt Awin in staat om de journey van de consument beter te begrijpen wanneer die op het ene toestel begint, en met een transactie op een andere wordt voltooid.

Om tracking uit te voeren gebruikt Awin domeincookie tracking, journey tags en device fingerprinting. Hier is een korte toelichting over hoe deze technologieën werken:

Domeincookie tracking

Cookies die door het Awin domein worden verstuurd wanneer een klant op een advertentie klikt die op een publisher service wordt weergegeven.

Journey tags

JavaScript-code geïntegreerd in de website van de adverteerder, om Awin in staat te stellen transactionele informatie te ontvangen.

Device fingerprinting

Methode waarbij Awin een apparaat uniek kan identificeren rekening houdend met bepaalde kenmerken (incl. Schermgrootte/ - resolutie en gebruikersconfiguratie).

Cross-device tracking maakt op dezelfde manier en voor dezelfde doeleinden als tracking gebruik van de domeincookie tracking en de journey tag. Bovendien ontwikkelt cross-device tracking pseudo-anonieme consumentenprofielen, die vervolgens worden gebruikt om meerdere apparaten aan één consument te koppelen.

Alle gegevens die Awin trackt zijn pseudo-anoniem, niet-gevoelig, voornamelijk technisch en niet gerelateerd aan gedrag, voorspellingen of evaluaties van consumentenbelang of persoonlijkheden.



Gegevenscontroller of – verwerker?

Elk bedrijf dat gegevens verwerkt moet beslissen welke rol zij spelen bij de verwerking van die gegevens.

Dit is een belangrijke overweging aangezien er verschillende implicaties zijn naargelang de rol die wordt gespeeld. De beslissing of je een 'verwerker' of 'controller' bent, is logischerwijs verbonden met wat je met de gemeten gegevens doet en de beslissingen die je daarover neemt.

Je bent een gegevenscontroller als je bepaalt:

Waarom gegevens moeten worden verwerkt

Hoe het moet worden verwerkt om het beoogde doel te bereiken, *of beide*.

Verwerkers daarentegen, beslissen nooit waarom ze gegevens verwerken, ze laten dit over aan de controller die ze geïnstrueerd heeft. Verwerkers kunnen beperkte beslissingen nemen over de manier waarop gegevens worden verwerkt voor de doeleinden die door de controller zijn vastgesteld, maar dit kunnen alleen "non-essentiële" beslissingen zijn.

Dit betekent dat essentiële beslissingen altijd aan de controller dienen te worden overgelaten, met inbegrip van beslissingen over welke gegevens er moeten worden verwerkt om het doel van de controller te realiseren, of het economische model van het nagestreefde doel. Het belangrijkste punt dat moet worden onthouden is dat de rollen zijn toegewezen op basis van feiten.

Het is niet mogelijk om een overeenkomst aan te gaan waarin bijvoorbeeld staat dat "X gegevenscontroller zal zijn en Y gegevensverwerker zal zijn", als Y feitelijk beslissingen heeft genomen over welke gegevens te verwerken voor de doeleinden van X; in dit geval zal Y met X de rol van gezamenlijke controller hebben. Als Y beslist om gegevens te verwerken voor eigen doeleinden, dan zal het de enige gegevenscontroller zijn voor deze nieuwe doelstelling.

In affiliate marketing is de adverteerder altijd een gegevenscontroller, omdat alleen de adverteerder kan beslissen 'waarom' gegevens worden verwerkt; enkel de adverteerder kan bijvoorbeeld beslissen: "Laten we online marketing doen en commissies op een CPA-basis betalen".



Netwerken en publishers; verwerkers of gezamenlijke controller met de adverteerder?

Awins positie is dat Awin samen met de adverteerder en de publishers gezamenlijke controller is. Er is in feite sprake van een driedelige controller-relatie. Dit is, omdat Awin het economische model heeft gekozen en zowel Awin als publishers bepalen welke gegevens te verwerken om de affiliate marketingcampagne van de adverteerder te kunnen leveren.

Dit heeft te maken met de manier waarop transacties worden gemeten, geraadpleegd en gerapporteerd.

We denken dat deze conclusie de enige is die nauwkeurig weergeeft hoe het in de praktijk werkt.

*Awin heeft het
economische model
gekozen, zowel
Awin als de
publishers bepalen
welke gegevens
verwerkt worden*

Als, laten we zeggen, Awin of publishers zouden proberen om te werken binnen de beperkingen van een gegevensverwerkersrol, dan zouden ze elke nieuwe verwerking van gegevens elke keer op voorhand door de betreffende adverteerder goedgekeurd moeten krijgen. Zij kunnen deze beslissingen niet zelf nemen; dit lijkt zowel onpraktisch als onwerkbaar.



Hoe verschilt deze positie van andere netwerken?

Sommige netwerken hebben gekozen om de rol als gegevensverwerker in te nemen, waardoor zij voor de verwerking van gegevens geen rechtsgrondslag hoeven vast te stellen en dus ook geen rechtsgrondslag kunnen bepalen voor hun publishers.

Zij kunnen ervoor kiezen ervoor te zorgen dat adverteerders rechtstreeks een beroep doen op de publishers om ervoor te zorgen dat zij niet aansprakelijk zijn voor een mogelijke datalek door een publisher, waarbij zij zichzelf rechtstreeks uit de relatie tussen publisher en adverteerder terugtrekken. Een van de extra uitdagingen van een verwerker is de potentiële impact op je vermogen om beslissingen te nemen over de toekomstige ontwikkeling van je diensten en technologie.

Awin zou adverteerders bijvoorbeeld moeten informeren als wij met hen een gegevensverwerkingsovereenkomst hebben gesloten, dat zij geen gebruik kunnen maken van bugfixes, updates, upgrades of aanvullende functies van Awins producten of diensten, totdat de adverteerder Awin schriftelijk opdracht heeft gegeven dit te doen.

Het is belangrijk om te onthouden dat Awins interpretatie van de verwerker-/controllerrol verschilt van die van andere netwerken. Maar na juridisch advies te hebben ontvangen, zijn wij ervan overtuigd dat onze positie onder de GDPR de juiste situatie weerspiegelt.

Wij zijn van mening dat de volgende verklaringen onze controller-positie schetsen:

01

Adverteerders beslissen niet wat ze meten. Ze kiezen een netwerk, maar het netwerk bepaalt hoe hun technologie werkt en welke gegevens gebruikt worden. Zonder deze status zou een netwerk nooit in staat zijn om een nieuwe technologie opnieuw toe te passen, zonder van elke partner een nieuwe verwerkersovereenkomst te verkrijgen.

02

Netwerken bepalen het economisch model.

03

Netwerken instrueren adverteerders, zoals hen vertellen om de tracking 'up-and-running' te houden. Direct marketing kan met één enkel gegeven (zoals een e-mailadres) gedaan worden. Dit maakt het werkbaar voor een controller om tegen de verwerker/direct marketing business te zeggen: "stuur e-mails naar deze lijst van e-mailadressen". Affiliate marketing is complexer, waardoor het onhaalbaar is om te zorgen dat de adverteerder alle instructies geeft aan al zijn partners.



Welke maatregelen neemt Awin?

Als gezamenlijke controllers moeten de betrokken partijen een regeling treffen waarin de rollen en verantwoordelijkheden van alle spelers zijn omschreven. In tegenstelling tot gegevensverwerkingsovereenkomsten waarbij de ene partij optreedt als een controller en de andere partij als een verwerker, hebben de partijen meer vrijheid bij het bepalen van de tekst van de regeling en zijn zij niet verplicht de verplichtingen van een verwerker op GDPR-niveau op te nemen.

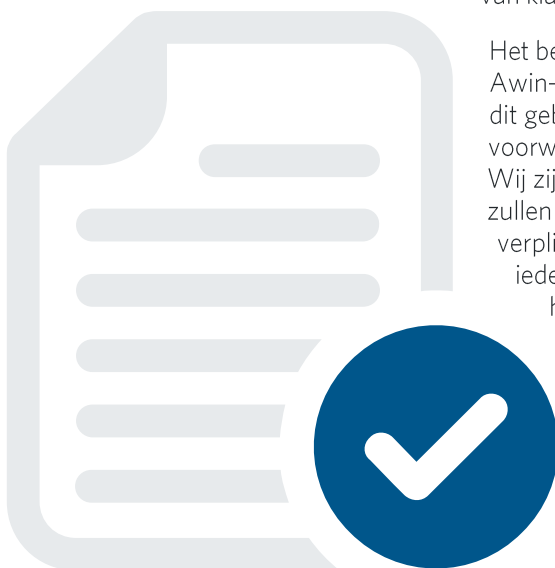
Voor adverteerders verstrekt Awin een gezamenlijke controller gegevensverwerkersovereenkomst op verzoek. Awin werkt ook de voorwaarden en het privacybeleid van de adverteerder bij om de secties rondom gegevensverwerking op te nemen als uitwijkscenario voor wanneer er geen regeling voor gegevensverwerking bestaat.

Voor publishers voegen we nieuwe voorwaarden toe aan ons standaard publisherovereenkomst, zodat we duidelijk weten welke medecontroller waarvoor verantwoordelijk is. Deze voorwaarden hebben bijvoorbeeld betrekking op de manier waarop Awin en publishers zullen omgaan met vragen van consumenten over gegevens, of hoe zij zullen omgaan met een datalek als dit gebeurt.

Deze verantwoordelijkheden duidelijk maken, helpt te voorkomen dat adverteerders, publishers en Awin aansprakelijk zijn voor elkaars schendingen van de GDPR.

Het betekent ook dat (adverteerders en) publishers als controller meer van de verplichtingen van de GDPR zullen moeten naleven. Maar alle betrokken partijen moeten dit al doen bij de verwerking van gegevens voor eigen doeleinden. Het gevolg is dat zij deze verplichtingen nu ook zullen moeten toepassen op de gegevens die worden verwerkt bij het leveren van klanten voor een adverteerder.

Deze verantwoordelijkheden duidelijk maken, helpt te voorkomen dat adverteerders, publishers en Awin aansprakelijk zijn voor elkaars schendingen.



Het belangrijkste voordeel is dat op het Awin-netwerk, indien

dit gebeurt in overeenstemming met GDPR en relevante overeenkomsten of voorwaarden, de partijen zelf kunnen beslissen hoe zij gegevens verwerken. Wij zijn er van overtuigd dat dit hoe dan ook het geval is en de autoriteiten zullen ons als gezamenlijke controllers beschouwen. Door een contractuele verplichting in te voeren die overeenstemt met de feitelijke realiteit, moet iedereen duidelijk weten welke verplichtingen hij op zich moet nemen in het kader van het GDPR.

Tot slot hebben we ons bij het bepalen van onze positie laten leiden door de vraag welke data-autoriteiten Awin en haar adverteerders en publishers waarschijnlijk zullen categoriseren.

Rechtmatig belang en de afwegingstest

Als controller is Awin verplicht de verwerking van persoonsgegevens te rechtvaardigen, voordat deze als rechtmatig wordt beschouwd. Er zijn zes rechtsgrondslagen waarop dit kan worden gedaan:



In alle openbare verklaringen van netwerken is vermeld dat een van de twee rechtsgrondslagen zal worden gebruikt. Twee hebben gezegd dat zij toestemming als rechtsgrondslag zullen gebruiken, de overige legitieme belangen.

Bij de beoordeling van het gerechtvaardigd belang van Awin is rekening gehouden met de belangen van het volledig aangesloten ecosysteem. Vervolgens werd een afwegingstest uitgevoerd, waarbij werd bevestigd dat het tracken van gegevens geen of een zeer gering risico van ongewenste negatieve gevolgen voor de belangen van de betrokkenen of voor hun grondrechten en fundamentele vrijheden met zich meebrengt.

Dit betekent dat Awin niet afhankelijk is van individuele toestemming als rechtsgrondslag voor de verwerking van persoonsgegevens, als onderdeel van haar trackingservices onder de GDPR.

Het is bevestigd dat aan tracking geen of een zeer gering risico van ongewenste negatieve gevolgen voor de betrokkenen verbonden is.



Waarom geen toestemming?

Als eerste is het goed om vast te stellen dat er veel verwarring bestaat omtrent toestemming. Deels is dit ontstaan omdat er vanuit de industrie geen consensus is omtrent dit topic, maar de belangrijkste beweegreden vinden we in het feit dat toestemming ook terug te vinden is in de huidige ePrivacy wetgeving (beter bekend als de Cookiewetgeving).

Beide zijn aparte wetgevingen, maar bestaan naast elkaar. Als we het hebben over dataprivacy, gaat de GDPR-regelgeving over alomvattende data in de breedste zin van het woord. ePrivacy is daarentegen specifiek belast met direct marketing en alle functionaliteiten van online tracking. Uiteraard is het onvermijdelijk dat er een overlap is tussen de regelgevingen, cookies bevatten namelijk vaak persoonlijke data, maar het is fout om te denken dat cookies en persoonlijke data gelijk zijn.

Het verkrijgen van gegevenstoestemming komt niet zonder uitdagingen. Voor het verkrijgen van deze toestemming, kan de on-site gebruikerservaring verstoord worden en de persoon kan weigeren om toestemming te geven.

Als persoonlijke gegevens worden verwerkt op basis van gegevenstoestemming, heeft het individu meer rechten gekregen die in de toekomst gerespecteerd moeten worden. Daarbij dient de gegevenstoestemming op detailniveau te worden beheerd en opgeslagen. Bovendien is het niet toegestaan om het gebruik van een service of content aan consumenten en gebruikers te onthouden omdat ze geen toestemming hebben gegeven, behalve als de service of het product afhankelijk is van deze toestemming.

Wellicht nog wel het belangrijkste, om valide toestemming te verkrijgen dient het individu voldoende informatie te verkrijgen om een gegronde beslissing te kunnen nemen.

Awin is een 'pure play' affiliate netwerk, wij gebruiken dan ook zeer beperkt persoonsgegevens voor tracking naar adverteerderwebsites, de bijbehorende transacties en onze rapportages. En wij hergebruiken deze data nooit voor het opbouwen van consumentengedragprofielen of andere marketingdoeleinden.

*In de industrie is
geen consensus
omtrent dit topic.
Voornamelijk
omdat
toestemming niet
alleen in de GDPR
terug te vinden is,
maar ook in de
huidige ePrivacy*

Wij verzamelen ook geen andere gegevens voor:

01

02

03

Bouwen van
consumentengedragprofielen

Targeting op basis van gedrag

Enig ander marketingdoeleinde

Om het wettig uit te voeren is voor dergelijke vormen van verwerking doorgaans gegevenstoestemming vereist, omdat er van wordt uitgegaan dat deze toepassingen een grotere impact hebben op de privacy van een individu. Door dit type verwerking te vermijden, kan Awin zich beroepen op gerechtvaardigd belang om zijn gegevensverwerking te verantwoorden en eisen voor gegevenstoestemming door publishers of adverteerders om legaal transacties te tracken vermijden.

Dit is van toepassing op de verwerking van persoonlijke gegevens, aangezien individuen die, via onze domeinen, van publisher website naar adverteerderswebsites gaan het meten van de bevestiging van de transactie en de rapportage hiervan die beschikbaar is in ons platform.



Het respecteren van toestemming

Het is belangrijk om af te wegen dat wanneer een controller kiest voor toestemming als rechtsgrondslag, het wellicht niet mogelijk is om een andere rechtsgrondslag te hanteren als blijkt dat toestemming moeilijk te verkrijgen is.

Volgens de Artikel 29 Working Party Guidelines over toestemming onder Regulation 2016/679 dient de controller toestemming te respecteren als hiervoor gekozen is als rechtsgrondslag in enig deel van de gegevensverwerking, en dat deel van de verwerking te stoppen als aan individu zijn toestemming intrekt.

De Guidelines voegen hieraan toe: "De boodschap afgeven dat gegevens verwerkt worden op basis van toestemming, terwijl er eigenlijk een andere rechtmatige basis aan ten grondslag ligt, is fundamenteel oneerlijk naar individuen. Met andere woorden, de controller kan niet wisselen van toestemming naar een andere rechtmatige basis. Het is bijvoorbeeld niet toegestaan om achteraf gerechtvaardigd belang toe te passen om de wijze van verwerking te rechtvaardigen, wanneer zich problemen hebben voorgedaan met de validiteit van de toestemming."

Vanwege de behoefte aan voorafgaande bekendmaking van een rechtsgrondslag, dient een controller op voorhand te bepalen welke van de zes basisprincipes gebruikt zal worden.

*Als toestemming
is gekozen als
rechtsgrondslag
voor enig deel van
de verwerking,
dan dient de
controller dit te
respecteren.*



De ePrivacy wetgeving

Aangezien de ePrivacy regelgeving in nationale wetten in de gehele EU was geïmplementeerd, is het voor iedereen een vereiste geworden om toestemming te krijgen voor het plaatsen van cookies.

Awin heeft het in de publisher voorwaarden sinds 2012 aan publishers verplicht om toestemming te krijgen voor het plaatsen van cookies. Dit is om ervoor te zorgen dat publishers zich aan de regels houden, maar ook dat ze toestemming krijgen voor het plaatsen van Awins cookies, uit naam van Awin. Dit is normaliter de werkwijze van een netwerk zoals wij, dat geen natuurlijke of gemakkelijke toegang heeft tot individuen voor het verkrijgen van cookie-toestemming.

De discussie omtrent cookie-toestemming is echter terug. Reden hiervoor is, omdat in het merendeel van de landen in de EU, de implementatie van de ePrivacy wetgeving afhankelijk is van de definitie van toestemming voor het plaatsen van cookies in de lokale wetgeving. Wanneer de GDPR dan ook de lokale datawetgeving vervangt, wordt automatisch ook de definitie van cookie-toestemming vervangen.

Dit is een aanzienlijk verschil, omdat de standaard voor toestemming onder de GDPR vele malen hoger is dan onder de bestaande lokale datawetgeving, met als belangrijkste verschil dat toestemming eenduidig moet zijn.

*Iedereen moet
cookie-
toestemming
verkrijgen voor
het plaatsen
van cookies.*



Welke impact heeft de GDPR op cookietoestemming?

De uitkomst is dat cookie-toestemming verkrijgen nu meer verwikkeld is. Het specifiek verschil is, omdat cookie-toestemming eenduidig moet zijn, de meest gebruikte benadering waarbij er wordt uitgegaan van impliciete toestemming hoogstwaarschijnlijk onvoldoende is. Cookie-toestemming moet bovendien gegeven zijn, voordat cookies geplaatst worden.

Om in de nieuwe constructie een geldige toestemming te krijgen voor cookies, is het nodig dat het individu iets doet om aan te geven dat ze akkoord zijn. Je bent wellicht vertrouwd met de groeiende focus op universele toestemmingstools; een stukje technologie dat een bericht laat zien wanneer een gebruiker belandt op een website en toestemming vraagt om diens gedrag te volgen op de desbetreffende website.

Het individu moet iets doen om aan te geven dat ze akkoord zijn.

Publishers kunnen er daarom voor kiezen om toestemmingstools te gebruiken, maar het is ook mogelijk om toestemming te verkrijgen door bijvoorbeeld te blijven navigeren op een website door te klikken op interne of externe links (mits er nog geen cookies worden geplaatst vóór dit punt).

Omdat cookies minder complex zijn dan alle dingen die met persoonlijke gegevens gedaan kunnen worden, is het een stuk gemakkelijker om te voldoen aan de verhoogde toestemmingseisen bij het verkrijgen van cookie-toestemming dan bij het verkrijgen van gegevenstoestemming voor cookies. Dit is mede, omdat er minder uit te leggen is aan het individu, er minder vereisten zijn aan het opslaan van de data en minder aanvullende rechten om aan te bieden aan het individu.

Het nalevingsrisico is ook kleiner, omdat de hoge boetes die zijn opgenomen in de GDPR niet van toepassing zijn op cookie-toestemming, anders dan bij gegevenstoestemming voor cookies.

Hoewel de wetten ter uitvoering van de ePrivacy-wetgeving steunen op de GDPR voor wat betreft de definitie van toestemming, hebben zij nog steeds hun eigen boetes en sancties voor het niet naleven van de richtlijnen.

Yes

No

Hoe verandert dit de wijze waarop publisher samenwerken met Awin?

Wij erkennen dat door deze wijziging in de definitie van toestemming het voor publishers moeilijker is geworden om aan bestaande verplichtingen te voldoen. Dit is tenzij zij actief zijn in een rechtsgebied als Nederland, waar personen al verplicht zijn hun toestemming voor cookies te geven.

Cookie-toestemming blijft door Awin vereist voor zijn publishers om zowel cookie-toestemming voor henzelf te verkrijgen als voor cookies die geplaatst zijn door Awins domein.

We zullen ook blijven controleren of publishers aan deze vereisten voldoen en hen vragen op correcte wijze cookietoestemming te verkrijgen als wij de indruk hebben dat dit niet het geval is.

Awin schrijft echter niet voor hoe toestemming voor cookies moet worden verkregen.

Awin zal een toestemmingstool aanbieden die gebruikt kan worden voor cookietoestemming, maar wij vinden het ook prima als publishers andere toestemmingstools gebruiken, of op andere manieren geldige toestemming verkrijgen. Het zal in de meeste gevallen bijvoorbeeld voldoende zijn om bestaande cookie-meldingen te wijzigen om uit te leggen dat een individu zijn of haar toestemming geeft voor een affiliate tracking cookie als hij of zij op een externe link klikt zonder zijn of haar browser cookie-instellingen te wijzigen. De aanpak van Awin zal deze methodologie volgen.

We erkennen dat de GDPR niet eenvoudig is, vooral niet voor kleinere publishers, en we proberen de nalevingslasten voor onze publishers op alle mogelijke manieren tot een minimum te beperken.

Eén manier is om onze gegevensverwerking te rechtvaardigen op basis van gerechtvaardigde belangen, zodat we publishers niet hoeven te vragen om toestemming voor ons te verkrijgen. Dit is geen optie voor cookietoestemming; als een bedrijf de cookie niet hoeft in te stellen om een door een individu gevraagde dienst te leveren, dan kan cookietoestemming niet worden vermeden.

Maar aangezien cookietoestemming eenvoudiger is dan toestemming voor het gebruik van gegevens in cookies, dan kunnen we op zijn minst flexibel zijn in de toegepaste methoden van wettelijke toestemming voor cookies die voor ons aanvaardbaar zijn.

Voor publishers is het moeilijker geworden om aan bestaande verplichtingen te voldoen.



Awins toestemmingstool

Awins toestemmingstool is ontworpen voor gebruik door publishers die cookie-toestemming willen verkrijgen onder de huidige ePrivacy richtlijnen.

Het is een eenvoudige banner die gemakkelijk kan worden geïnstalleerd en is ontworpen om instructief te zijn voor consumenten, maar niet opdringerig of storend.

De technologie is vergelijkbaar met die van Awin in 2012, toen de ePrivacy-richtlijn in wetgeving werd omgezet en streefde naar 'geïnformeerde' toestemming van consumenten. In de geüpdatete versie zal de banner expliciete toestemming vragen, waarbij de toestemming wordt gekoppeld aan de actie van het klikken op een advertentie.

De eisen met betrekking tot toestemming voor het gebruik van cookies zijn, zoals genoemd, aangescherpt. Awin is van mening dat wanneer een melding verschijnt die de bezoeker informeert dat bij het klikken op een link er tracking cookies worden geplaatst, gebruikers in staat worden gesteld een weloverwogen en duidelijke beslissing te nemen met betrekking tot het klikken op affiliate links op de pagina. Indien een gebruiker kiest om op een link te klikken, maar zich voor tracking wil afmelden, dan is dit uiteraard nog steeds mogelijk door in de browserinstellingen cookies uit te schakelen indien hij dit wenst.

Let op, publishers zullen cookie-toestemming moeten vragen voor andere cookies dan die ze eventueel plaatsen. Momenteel is de banner niet geïntegreerd in het IAB-toestemmingskader, vanwege de focus op programmatische en gepersonaliseerde activiteiten van deze tool.

Meer informatie vind je [hier](#). Verdere instructies zijn ook beschikbaar wanneer je ingelogd bent in de gebruikersinterface.

*Publishers zullen
cookie-
toestemming
moeten vragen
voor andere
cookies die ze
eventueel
plaatsen.*



Awin's positie in het kort

01

Awin is een gezamenlijke controller met adverteerders en de meeste publishers

02

Dit ontnemt de noodzaak om gegevensverwerkings-overeenkomsten te ondertekenen

03

Het geeft het netwerk de flexibiliteit om nieuwe technologie te ontwikkelen en de basis voor toekomstige technologie-upgrades en -versies te bepalen.

04

Awin gebruikt gerechtvaardigd belang als rechtsgrondslag voor de verwerking van gegevens

05

Awin eist niet van publishers dat ze toestemming vragen voor GDPR, maar biedt een flexibele aanpak (en erkent ook dat sommige affiliate modellen beter geschikt zullen zijn voor verschillende rechtsgrondslagen)

06

Awin eist van alle publishers dat ze cookietoestemming vragen onder de bestaande datawetten; dit is ongewijzigd sinds 2012, maar de toestemming is versterkt en moet nu vrijwillig en ondubbelzinnig worden gegeven

07

Het staat publishers vrij om toestemming te verkrijgen op de wijze die zij geschikt achten, maar Awin zal een gemakkelijk te installeren toestemmingstool aanbieden.



Wat betekent dit als ik adverteerder of publisher ben die met Awin samenwerkt?

Als bedrijf dat onder de GDPR werkt, heb je bepaalde verplichtingen als controller. Daarnaast heb je als publisher die samenwerkt met Awin een aantal taken om ervoor te zorgen dat affiliate tracking rechtmatig wordt uitgevoerd op je website. We hebben een checklist opgesteld voor de belangrijkste zaken die na 25 mei 2018 in overweging moeten zijn genomen:

01	02	03
Controleer of je je moet registreren bij je lokale gegevensbeschermingsautoriteit.	Update je algemene voorwaarden en privacybeleid voor de GDPR	Sluit overeenkomsten of regelingen met alle derden met wie je gegevens verwerkt; accepteer bijgewerkte voorwaarden om ervoor te zorgen dat ze van toepassing zijn na 25 mei
04	05	06
Zorg ervoor dat je contactgegevens hebt waar individuen contact met je kunnen opnemen als ze vragen hebben over privacy	Zorg ervoor dat je een wettelijke basis hebt voor alle verwerkingsactiviteiten	Verkrijg toestemming voor cookies wanneer dit voor ePrivacy vereist is en zorg ervoor dat je toestemmingsmechanisme al jouw activiteiten bestrijkt



Waar kom ik meer te weten?

De Awin GDPR portal die [hier](#) te vinden is wordt constant bijgewerkt. Op deze portal worden artikelen geplaatst die betrekking hebben tot GDPR voor zowel publishers, adverteerders als netwerken. In de afgelopen maanden hebben we veel vragen ontvangen met betrekking tot onze data verwerkings activiteiten. Zowel algemene compliance vragen, als technisch diepgaande verzoeken. Hieronder vind je de meest gestelde vragen van publishers en adverteerders.

Is Awin GDPR compliant? Hoe heeft Awin zich voorbereid op deze nieuwe wetgeving?

Ja, Awin is compliant met de eisen onder de GDPR. In de afgelopen maanden zijn multidisciplinaire teams bezig geweest om er zeker van te zijn dat aan alles wordt voldaan voor het einde van Mei. Projecten die hieronder vallen zijn o.a. een Privacy Impact Assessment (PIA), een controle van alle contractuele afspreken rondom data privacy, data minimalisatie en herziening van de privacy policy. Ondanks dat we onszelf als compliant beschouwen, blijven we kijken waar verbeteringen mogelijk zijn. 25 Mei was daarbij een eindpunt van de voorbereiding, maar een startpunt van een nieuwe visie op data privacy en het beschermen van de consument.

Hebben jullie een Data Protection Officer aangewezen en hoe kunnen wij hem/haar bereiken?

Ja, Awin heeft in elke grote markt een DPO aangewezen zodat er altijd een contactpersoon is die de lokale taal spreekt en het lokale landschap begrijpt. Het gehele team van DPO's is te bereiken via global-privacy@awin.com.

Welke persoonlijke data verwerkt Awin?

Alle tracking data is pseudo-anoniem, niet privacy gevoelig en grotendeels technisch gericht. De data wordt niet gebruikt om consumentengedrag te analyseren of voorspellen. Er wordt geen info over interesses of persoonlijke kenmerken verwerkt.

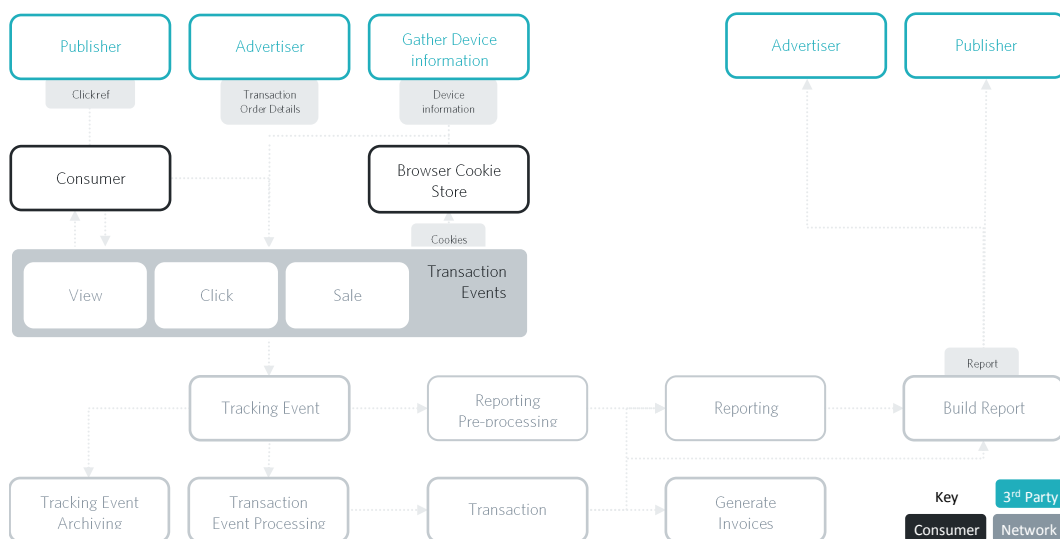
In de standaard situatie verwerkt Awin de volgende data:

Cookie Date	Expiry Date of Cookie	IP Address (truncated)	IP Hash
GeoIP	Advertiser ID	Publisher ID	Banner ID
Group ID	Product ID	Click/Network Reference	Referrer
	Overwritten Publisher ID	Platform	

Verzamelt Awin gevoelige persoonlijke informatie?

Nee, Awin verzamelt geen gevoelige persoonlijke informatie tijdens tracken van sales of bij de administratie van de samenwerking met adverteerders, publishers en leveranciers. Awin verzamelt mogelijk persoonlijke informatie van haar medewerkers wanneer dit wettelijk nodig is.

Hoe ziet de data flow bij Awin eruit?



Let op: Dit is geen volledige weergave van de dataflow, maar geeft een goed beeld van alle hoofd verwerkingen

Op welke fysieke locaties bewaart Awin data?

Awin bewaart data binnen de EU.

Zijn er back-up locaties?

Back-up data wordt gecodeerd en offline opgeslagen op een offsite AWS cloud opslag.

Gebruikt Awin hosts of cloud providers om applicaties te draaien?

Ja, we gebruiken Colt Technology Services (Berlijn), Equinix (Londen/Slough). Cloud providers: AWS (Ierland en Frankfurt, Duitsland), en Azure (Amsterdam).

Hoelang bewaart Awin data? Is er een proces om data automatisch te verwijderen?

Tenzij anders aangegeven of wettelijk verplicht, verwijdert Awin persoonlijke data na 36 maanden.

Gebruikt Awin externe partijen als sub-verwerkers?

Ja, Awin gebruikt een aantal externe sub-verwerkers. Een lijst van deze partijen kan op verzoek worden aangeleverd. Alle partijen worden gecontroleerd en beoordeeld voordat ze worden aangesloten. Waar nodig is er een bewerkingsovereenkomst getekend.

Verstuurd Awin ook data naar adressen buiten de EU?

Awin verstuurt in sommige gevallen ook data buiten de EU. Dit wordt alleen gedaan wanneer alle benodigde voorzorgsmaatregelen zijn genomen.

Beschrijf de technische en organisatorische maatregelen vanuit Awin om data te beschermen.

Bij de voorbereiden op de GDPR zijn alle technische en organisatorische processen herzien waarbij en meerdere maatregelen zijn genomen. Zaken die hieronder vallen zijn:

- Pseudo-anonimisering en anonimisering van data waar mogelijk (het onherleidbaar weergeven van IP adressen is uitgerold, e-mail adressen zijn gehashed wanneer gebruikt, klant ID informatie is pseudo-anoniem).

-
- Fysieke beveiliging(toegangskaarten, beperkte gasttoegang)
 - Het inzetten van toegang op basis van inloggegevens waarbij medewerkers toegang hebben op “need to know” basis. Toegang tot bedrijfsonderdelen wordt toegekend wanneer er een business case beschikbaar is
 - Een verplicht trainingsprogramma voor medewerkers op het gebied van data en privacy bescherming.

Daarnaast is er een nieuw beleid omtrent data beveiliging met daarin een continuïteitsplan, incidentmeldingsproces, Informatiebeleid, etc.

Worden de maatregelen en het beleid regelmatig gecontroleerd en/of geüpdatet?

Ja, alle maatregelen worden jaarlijks herzien. In het onwaarschijnlijke geval van een data lek zal dit ook gebeuren.

Hoe is IT-beveiliging georganiseerd bij Awin in termen van rollen en verantwoordelijkheden?

De Chief Technical Officer (CTO) van Awin is hoofdvantwoordelijk voor IT veiligheid. Ons IS beleid is op mondiaal niveau bepaald in onze Group Systems team en de Architect Director. Deze zijn vervolgens op lokaal niveau geïmplementeerd door de verschillende IT teams met hulp van de Management teams. Netwerkveiligheid ligt in handen van onze Head of Network and Security, bedrijfsveiligheid ligt bij onze Head of Internal IT en de veiligheid van applicaties ligt bij Group Systems and Architecture Director. Het juridische team helpt met compliance op al deze gebieden.

Wordt persoonlijke data gecodeerd zodat het niet door derde partijen gelezen kan worden?

Alle data die wij gebruiken bij tracking is pseudo-anoniem(IP adressen zijn onherleidbaar, e-mail adressen gebruikt voor cross-device tracking zijn hashed bij default) en wordt gecodeerd wanneer dit over publieke netwerken wordt verstuurd middels SSL of IPSec protocollen. Fysieke opslag apparaten, laptops en smartphones worden beveiligd.

Beschrijf de fysieke veiligheid van de Awin gebouwen.

De toegang tot alle locaties (kantoren en datacenter) wordt geregeld door de toegang met een sleutelkaart. Gasten mogen deze locaties niet betreden zonder begeleiding van een personeelslid. De toegang tot de locaties van het Data Center is beperkt tot goedgekeurd personeel binnen de IT-teams. De toegang tot deze locaties wordt geregistreerd.

Maakt Awin gebruik van firewall beveiliging?

Alle internet services zijn verbonden met het internet via firewalls welke beschermen tegen externe aanvallen. Interne firewalls scheiden en beschermen onze verschillende onderdelen. Ons technisch team scant onze externe systemen elke week op beveiligingsrisico's.

Wat wordt er gedaan om toegang tot data te minimaliseren?

We hebben ons beleid omtrent toegang herzien en hebben wijzigingen aangebracht waaronder:

- Toegangscontrole wordt ingezet om toegang tot locaties, applicaties, IT systemen en computers te beperken
- Alle medewerkers met toegang tot IT systemen, servers, applicaties, en computers moeten hiervoor geautoriseerd worden voordat ze toegang krijgen. Het principe van zo min mogelijk privileges wordt gehanteerd
- Scheiding van taken en verantwoordelijkheden wordt overwogen
- Toegang tot belangrijke locaties wordt gecontroleerd op individuele basis met gebruik van fysieke beveiliging.
- Toegangsrechten kunnen/mogen niet worden gedeeld met andere individuen of binnen een groep.

-
- Toegang tot systemen en databases met persoonlijke informatie worden beveiligd met tweetraps authenticatie.

Heeft Awin meldingen bij een veiligheidsbreuk ingesteld?

Bij een inbreuk op de veiligheid worden deze afgehandeld en gerapporteerd in overeenstemming met ons incidentmeldingsplan. In het geval van een inbreuk in verband met persoonsgegevens (of een onwettige bekendmaking van vertrouwelijke informatie) zullen de betrokken adverteerders en publishers zo snel als redelijkerwijs mogelijk is, op de hoogte worden gebracht voordat de gegevens aan de gegevensbeschermingsautoriteiten en, waar mogelijk, aan de betrokken personen worden bekendgemaakt.

Hoe zorgt Awin ervoor dat de relevante autoriteiten binnen 72 uur worden ingelicht in het geval van een data lek?

Elk datalek dient direct gerapporteerd te worden aan de lokale DPO. Dit is van groot belang om de 72 uren deadline te halen en wordt in alle trainingen gecommuniceerd. Wanneer de lokale DPO over alle benodigde informatie beschikt, zorgt hij/zij voor de communicatie naar de betrokken partijen. De DPO's worden hiervoor getraind.

Hoe beschermt Awin de rechten van de individuele consument?

Awin heeft haar processen rond de informatie van personen bekeken en we zijn er zeker van dat we kunnen voldoen aan alle verzoeken vanuit consumenten. Verzoek tot inzage kan gedaan worden via global-privacy@awin.com waar de lokale DPO's zullen antwoorden in de taal van de aanvrager.

Heeft al het Awin personeel training gekregen op het gebied van data bescherming en veiligheid van informatie?

Ja, Awin heeft een trainingsprogramma voor alle medewerkers geïmplementeerd voor beide onderwerpen.

Waar is jullie privacy policy te vinden?

www.awin.com/nl/privacy-policy

Op welke wijze mag een adverteerder verwijzen naar de privacy policy?

Alle bewoordingen in de privacy policy mogen gebruikt worden wanneer dit gecommuniceerd dient te worden.

Kunnen we een bewerkingsovereenkomst tekenen als adverteerder?

Ja, je kan hiervoor terecht bij je lokale accountmanager (of accountmanagement team) voor een kopie van onze bewerkingsovereenkomst als gezamenlijke controllers.

Is het als publisher ook nodig om een bewerkingsovereenkomst te tekenen met Awin?

Het is niet noodzakelijk om een bewerkingsovereenkomst te tekenen, aangezien alle relevante regels zijn opgenomen in de publisher voorwaarden van het platform. Lees deze door en geef akkoord wanneer je inlogt in het platform.

Bij wie kan ik terecht voor verdere vragen?

Je lokale accountmanager kan je verder helpen met algemene vragen omtrent data veiligheid. Wanneer je graag met een DPO in contact wilt komen voor meer specifieke vragen stuur dan een mail naar global-privacy@awin.com.

