

# GOOGLE ANALYTICS

Privacyvriendelijk gebruik van Google Analytics-cookies zonder  
toestemming

*In samenwerking met Janus de Visser, Cloud Nine Digital*

AUGUSTUS 2021

# Intro

Google Analytics (GA) is een tool om het gebruik van je website te optimaliseren, meer inzicht te krijgen in je statistieken en uiteindelijk meer conversies te genereren. Veel websites plaatsen een GA-cookie om de data hiervoor te verzamelen. Dat is nuttig en efficiënt, maar het gebruik hiervan kan verschillende vormen aannemen: van puur statistische doeleinden die nauwelijks impact hebben op de privacy tot koppelingen met marketingplatformen die individuen gericht kunnen targeten. Dit heeft ook juridische consequenties. In deze DDMA Explained: Google Analytics leggen we uit hoe je de privacy van websitebezoekers kunt beschermen zonder dat je functionaliteit verliest, waardoor je zelfs geen toestemming meer hoeft te vragen.

## Definities

AP - *Autoriteit Persoonsgegevens*

AVG - *Algemene Verordening Gegevensbescherming*

GA - *Google Analytics*

Tw - *Telecommunicatiewet*

# 1. Cookieregels voor Google Analytics

## Welke wet- en regelgeving is van toepassing?

Google Analytics maakt gebruik van identifiers om websitebezoekers te identificeren en bezoekersprofielen op te bouwen. Zo'n ID is volgens de AVG een persoonsgegeven, omdat deze herleidbaar is naar een individu. Je hebt bij het gebruik van Google Analytics dus vaak te maken met de AVG.

Daarnaast worden voor het gebruik van Google Analytics cookies geplaatst. Het gebruik hiervan is weer geregeld in de Nederlandse Telecommunicatiewet, die op termijn vervangen wordt door de Europese [ePrivacy Verordening](#).

## De rol van toestemming

De hoofdregel voor het plaatsen van cookies is dat je er toestemming voor nodig hebt. Dit is bepaald in artikel 11.7a van de Telecommunicatiewet (Tw), de veelbesproken 'cookiebepaling'.

De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) vereist daarbij dat toestemming:

1. **Vrij gegeven is**  
Men moet werkelijk de keuze hebben om nee te zeggen, zich niet gedwongen voelen om toestemming te geven en toestemming weigeren mag geen negatieve gevolgen hebben. De Nederlandse Autoriteit Persoonsgegevens (AP) vindt een cookiewall een voorbeeld van een niet vrij gegeven toestemming.
2. **Specifiek is**  
Het moet gericht zijn op een specifieke verwerking. Daarom zul je de toestemming voor analytische cookies moeten scheiden van marketingcookies. Dit kan in de eerste of tweede laag (na 'wijzig cookievoorkeuren') van de cookiebanner.
3. **Op basis van de juiste informatie genomen is**  
Het moet duidelijk zijn waar precies toestemming voor wordt gegeven. Bij Google Analytics is het goed om duidelijk aan te geven welke functionaliteiten je van

het systeem precies inzet, en voor welke doeleinden. Dit kun je doen in het cookie statement.

## 4. Ondubbelzinnig is

Er mag geen twijfel over bestaan dat men toestemming wilde geven. Toestemming moet daarom bestaan uit een actieve handeling of verklaring. Om deze reden mogen de vinkjes in je cookiebanner niet vooraf aangevinkt staan.

## 5. Intrekken net zo gemakkelijk is als het geven ervan

Websitebezoekers moeten hun toestemming voor de cookies kunnen intrekken. Hoe bezoekers dit kunnen doen, moet vermeld worden in het cookie statement. Een handige feature waarin bezoekers hun cookievoorkeuren tussentijds kunnen aanpassen is hiervoor vereist. In de praktijk is het best lastig om dit even gemakkelijk te maken als het geven van toestemming. Er zijn namelijk meerdere acties nodig:

- Zorg dat er bij intrekking geen pixel(s) meer worden geplaatst. De opt-out moet ervoor zorgen dat javascript stopt. Wanneer die cookies worden gestopt, kan er geen link meer gemaakt worden met de data bij de websitehouder en jouw device. Omdat de identifier die op jouw computer staat niet meer gelinkt kan worden, is het geen persoonsgegeven meer.
- De bezoeker moet zelf de cookies in de browser verwijderen.

## Soms geen toestemming nodig

Volgens de Nederlandse wet kunnen analytische cookies worden uitgesloten van het toestemmingsvereiste, wanneer ze zo worden ingesteld dat alleen data wordt vastgelegd/verwerkt om het gebruik van je website te analyseren.

Hierbij is het belangrijk dat:

- de cookies alleen voor analytische en statistische doeleinden gebruikt worden (dus Google Analytics niet gebruiken om bezoekers anders te behandelen)

- de cookies geen of slechts geringe gevolgen voor de privacy van de websitebezoeker hebben. De AP geeft een **praktische uitleg** hoe websitebeheerders de Google Analytics-omgeving privacyvriendelijk kunnen instellen. De praktische vereisten zullen we in het volgende hoofdstuk toelichten.

Let wel op: In veel Europese landen geldt deze analytics-uitzondering niet. Wanneer je als organisatie in verschillende landen actief bent, adviseren wij om toch toestemming te vragen voor je analytische cookies.

#### **Plaatsen vs verwerken cookiedata**

Bovenstaande regels zijn van toepassing of het plaatsen van cookies. Dit betekent niet dat je na een rechtsgeldige plaatsing van cookies alles met de verworven cookiedata mag doen. Je hebt dan alsnog een

grondslag nodig voor die verwerkingen. Het gerechtvaardigd belang kan hiervoor geschikt zijn.

#### **Zorg voor een verwerkersovereenkomst**

Als verantwoordelijke moet je een verwerkersovereenkomst afsluiten met Google. Hierin is vastgelegd dat Google alleen als verwerker optreedt bij de verwerking van de persoonsgegevens van uw websitebezoekers. U kunt deze overeenkomst aangaan via het instellingenmenu van Google Analytics.

#### **Internationale doorgifte**

Met het delen van data aan Google, geef je hoogstwaarschijnlijk data door naar een land buiten de EU. Let er op dat je hierbij als verantwoordelijke waarborgen moet treffen om ervoor te zorgen dat de gegevens in dat land net zo beschermd zijn als in de EU. Lees alles hierover in onze **Explained: Data delen buiten de EU**.

#### **Meer weten over cookies?**

Lees **hier** onze Explained: Cookies, waar we ingaan op de regels rondom het gebruik van alle soorten cookies.

## 2. Privacy-impact Google Analytics minimaliseren

In veel gevallen kun je de privacy-impact met het gebruik van Google Analytics beperken zonder verlies van functionaliteit. En hoe privacyvriendelijker je GA instelt, hoe groter de kans is dat je geen toestemming hoeft te vragen.

### Persoonsgegevens in Google Analytics

Bij het implementeren en beheren van een analytics-tool komt veel kijken. Het moet onderdeel worden van je websites en apps die de data creëren waar de analytics-tool mee werkt. Als de website of app persoonsgegevens verwerkt, en dat is al snel het geval, gaat dat gepaard met enige risico's. Terwijl dat voor de doelen waarvoor je GA inzet niet eens altijd nodig is. Je kunt onnodige verwerking van persoonsgegevens vermijden zonder verlies van functionaliteit. Bijvoorbeeld in de volgende situaties:

#### 1. URL's met persoonsgegevens

Google Analytics meet standaard alle URL's. Dat betekent dus ook de URL waarin de klantgegevens staan om dat ene formulier te voorzien van de juiste gegevens en alvast in te vullen (prefill). Reuzehandig en heel klantvriendelijk, maar niet privacy-vriendelijk. We zien dit bijvoorbeeld terugkomen in mailcampagnes waar een link naar klanten gaat om ze naar de website te verwijzen voor een persoonlijk aanbod. Links om direct in te loggen met gebruikersnamen en wachtwoorden komen ook met regelmaat voorbij. De meest voorkomende situatie is een verkoopfunnel met meerdere stappen waar de informatie van pagina naar pagina via de URL meegaat. Dit is vaak niet nodig. Een website developer kan meerdere alternatieven bouwen die privacy én veiligheid bewaken.

Let op: Google Analytics is waarschijnlijk één van meerdere tools die deze URL's opslaat. Bouw daarom geen oplossing die zorgt dat GA niet meer de persoonsgegevens in URL's meet, maar zorg dat de persoonsgegevens niet meer in de URL voorkomen. Pak het aan bij de bron en zet niet in op symptoombestrijding. In veel gevallen kan GA (of welke webanalytics-oplossing dan

ook) juist de tool zijn die je op de hoogte brengt dat het ergens fout zit.

#### 2. Persoonsgegevens in dimensies en events

Google Analytics geeft ruimte om je implementatie te voorzien van maatwerk zodat deze goed aansluit bij jouw wensen. Met dit maatwerk zien we ook regelmatig persoonsgegevens richting Google Analytics gaan. Soms heel erg duidelijk met mailadressen, namen en adresgegevens, maar soms ook minder duidelijk zoals een klantnummer of UserID. Wees ervan bewust dat ook de niet-direct herleidbare identifiers moeten worden gezien als een persoonsgegeven. Ook al kan je er weinig mee op het eerste gezicht, ze zijn wel degelijk bruikbaar voor het herkennen én benaderen van unieke individuen. Soms niet eens door jezelf, maar wel door Google.

#### 3. Pseudonimiseren van IP adressen

IP-adressen bestaan uit 4 zogeheten octetten van elk 3 cijfers. Google biedt de mogelijkheid om het laatste octet van het IP-adres van uw websitebezoekers te verwijderen (Anonymize IP). Dit gebeurt in tijdelijk geheugen, nog voordat het IP-adres door Google wordt opgeslagen. Ook een gepseudonimiseerd IP-adres is nog een persoonsgegeven, maar deze maatregel is belangrijk om de risico's voor je websitebezoekers te verkleinen.

Let op: het filteren van IP-adressen is daarmee niet meer mogelijk via een *view filter*. Zodra de data beschikbaar is op view-niveau bestaat het IP-adres namelijk al niet meer. Je kunt dit tackelen via de website developer. Die kan in de *data layer* op basis van een IP aangeven of het bijvoorbeeld gaat om intern verkeer van medewerkers o.b.v. het kantoor (of VPN) IP-adres. Deze interne/externe informatie stuur je naar een GA-dimensie en daarop bouw je de filter. Dit gaat niet meer op voor Google Analytics 4, die heeft

filtermogelijkheden voor het verwijderen van het IP-adres.

## Het koppelen met andere systemen en hergebruik van data

De data die Google Analytics kan verzamelen is heel breed inzetbaar. Dat is als marketeer leuk om mee te werken, maar hierin schuilt wel het risico dat je data gaat gebruiken voor zaken waar je geen toestemming voor hebt. Daarnaast heb je de kans op verlies van controle over het gebruik van de data voor welke doelen, en kan moeilijk achterhaald worden of de data nog correct wordt toegepast.

### 1. Data delen met marketing tools

Google Analytics is makkelijk te koppelen met andere tools van het Google Marketing Platform. Dit doe je bijvoorbeeld door de *Advertising features* te activeren. Let op: Met het aanzetten van de advertising features van Google Analytics activeer je niet alleen het data delen met een marketingapplicatie, maar ook het laden van DoubleClick via Google Analytics. Dat wil dus zeggen dat dezelfde code (pixel) voor Google Analytics, zonder toestemming omdat die privacy-vriendelijk is ingesteld, ook zorgt voor het laden van Google DoubleClick. Voor die DoubleClick-cookie heb je eigenlijk toestemming nodig. Dit wordt ook wel *piggybacking* genoemd; meeliften op de toegang van een ander. In dit geval lift DoubleClick mee op GA. Tip: Bij de implementatie van Google Analytics kan je gebruik maken van de AllowAdFeatures om dit te voorkomen. Deze maak je afhankelijk van de toestemming van de bezoeker. Zo voorkom je dat DoubleClick *zonder toestemming* meelift op Google Analytics.

### 2. Koppeling met Google Cloud

Google Analytics kan alle 'ruwe' data exporteren naar Google BigQuery, een cloud SQL-database. Dit is vooral voor geavanceerdere analyses en marketingactiviteiten een prachtige optie, maar je gaat data wel hergebruiken in een andere omgeving. Hierbij is nog maar de vraag of dat kan onder dezelfde juridische grondslag waaronder je de data in eerste instantie hebt verkregen. Wanneer je bijvoorbeeld enkel toestemming hebt voor analytische cookies, mag je deze data niet gebruiken voor marketingactiviteiten in Google BigQuery. Je moet in dat geval ook toestemming vragen voor deze verwerking. Zorg er in ieder geval voor dat je goed noteert waar ooit precies toestemming voor is gegeven en dat dit als metadata in alle datasets aanwezig is. Zo voorkom je bij doorgifte aan andere systemen dat het oorspronkelijke doel uit het oog wordt verloren.

Tip: Sla de toestemmingskeuze van de bezoeker op als dimensie in Google Analytics, deze zal dan ook beschikbaar worden in BigQuery. Daarmee kun je alle query's in BQ laten luisteren naar de toestemming van de bezoeker en zo afstemmen op het verwerkingsdoeleinde van de query.

Let op: Een ander risico waar je rekening mee zal moeten houden is dat je data gaat verwerken in een ander systeem, met andere instellingen en gebruikersmanagement. Zorg daarom dat je ook in BigQuery nadenkt over waarom, hoe en met wie je welke data deelt.

*Dit hoofdstuk is geschreven door Janus de Visser, Cloud Nine Digital*

### 3. Conclusie

Wanneer je de punten uit hoofdstuk 1 en 2 uitvoert, kun je er vanuit gaan dat je Google Analytics cookies kunt plaatsen, zonder daar voorafgaande toestemming voor te vragen. In de meeste gevallen werk je dan wel nog met persoonsgegevens, en heb je dus een andere grondslag nodig om deze te verwerken. Het gerechtvaardigd belang kan hiervoor geschikt zijn.

Meer weten over het gerechtvaardigd belang?

Download [hier](#) ons Template: beoordeling gerechtvaardigd belang, waarmee we je helpen stapsgewijs door de afweging en beoordeling van deze grondslag heen te gaan.

Meer juridische vragen over Google Analytics of andere marketingkanalen?  
Neem dan contact op DDMA via 020-45 284 13 of via [legal@ddma.nl](mailto:legal@ddma.nl)

## Contact

Heb je als DDMA-lid vragen of extra uitleg nodig?  
Bel of mail dan met een van onze juristen via [legal@ddma.nl](mailto:legal@ddma.nl) of 020-4528413.

Matthias de Bruyne



Sara Mosch



Naomi van der Louw



Romar van der Leij

