

Het Eindrapport

**ACCEPT
OR
DECLINE
CROWD-
SO✓RCIN✗**

De afgelopen twee maanden nam een groot aantal lezers de gebruiksvoorwaarden van ruim twintig populaire internetdiensten onder de loep. Dit is het eindrapport, met onthutsende resultaten: 'Dit lijkt verdacht veel op een Get Out of Jail Free Card.'

ACCEPT OR DECLINE

RAPPORTCIJFERS

Apple	4
Battle.net	3
Dropbox	6
eBay	6
Facebook	3
Flickr	4
Foursquare	3
Google	4
Habbo Hotel	4
Hyves	7
LinkedIn	6
Marktplaats	6
Microsoft	3
Paypal	3
Skype	6
Spotify	4
Twitter	7
Tumblr	5
Vimeo	6
Whatsapp	5
WordPress	7

NB: Scores van 1 tot 10 (1 voor huffterige uitvreters tot 10 voor heilige boontjes)

De eerste Web 2.0-conferentie werd in 2004 georganiseerd in San Francisco. Opeens was *user generated content* het nieuwe toverwoord. Inhoud door de consument, voor de consument. De slimme internetondernemer hoefde de sterk toenemende behoefte om online te delen alleen nog maar te faciliteren. Wat een prachtige propositie, juichten de organisatoren van de conferentie: 'The customers are building your business for you!' Om de kassa voluit te laten rinkelen moest de nieuwe virtuele geldmachine echter nog wel even juridisch worden dichtgetimmerd.

We weten inmiddels allemaal hoe dat werkt: wil je net lekker je tanden zetten in een nieuw online speeltje, duikt er zo'n vervelend pop-up schermpje op met een flinke lap juridisch gebrabbel. Gaat u akkoord? Maar weinigen nemen de moeite er doorheen te ploegen voor ze doorklikken. Zo'n vijftien procent van alle gebruikers, blijkt uit onderzoek door TRUSTe, een online privacybureau uit San Francisco. Dat lijkt ons nog veel. Het nieuwe speeltje lonkt immers, en wat kan het doorklikken van zo'n stukje tekst nou voor kwaad?

Heel veel, blijkt uit onderzoek van zo'n tachtig kritische lezers en vijf messcherpe juristen. Gebruikersvoorwaarden blijken er toch vooral te zijn om de gebruikers zo kort mogelijk te houden. Rechten die in de 'echte wereld' vanzelfsprekend zijn, worden in cyberspace opeens op schokkende wijze herschreven in het nadeel van de consument. Helaas valt dat doorgaans niet gemakkelijk op te maken uit de lange stukken wollige juristenpraat. Vaak kunnen deze teksten echter verrassend eenvoudig wor-

den samengevat: door ondertekening doe je afstand van vrijwel al je rechten. Daar krijg je een heleboel verplichtingen voor terug. Je kunt daar niet tegen protesteren, en als er iets fout gaat, zijn alle gevolgen altijd voor jouw rekening. Ook al ligt de schuld aantoonbaar bij de desbetreffende dienst.

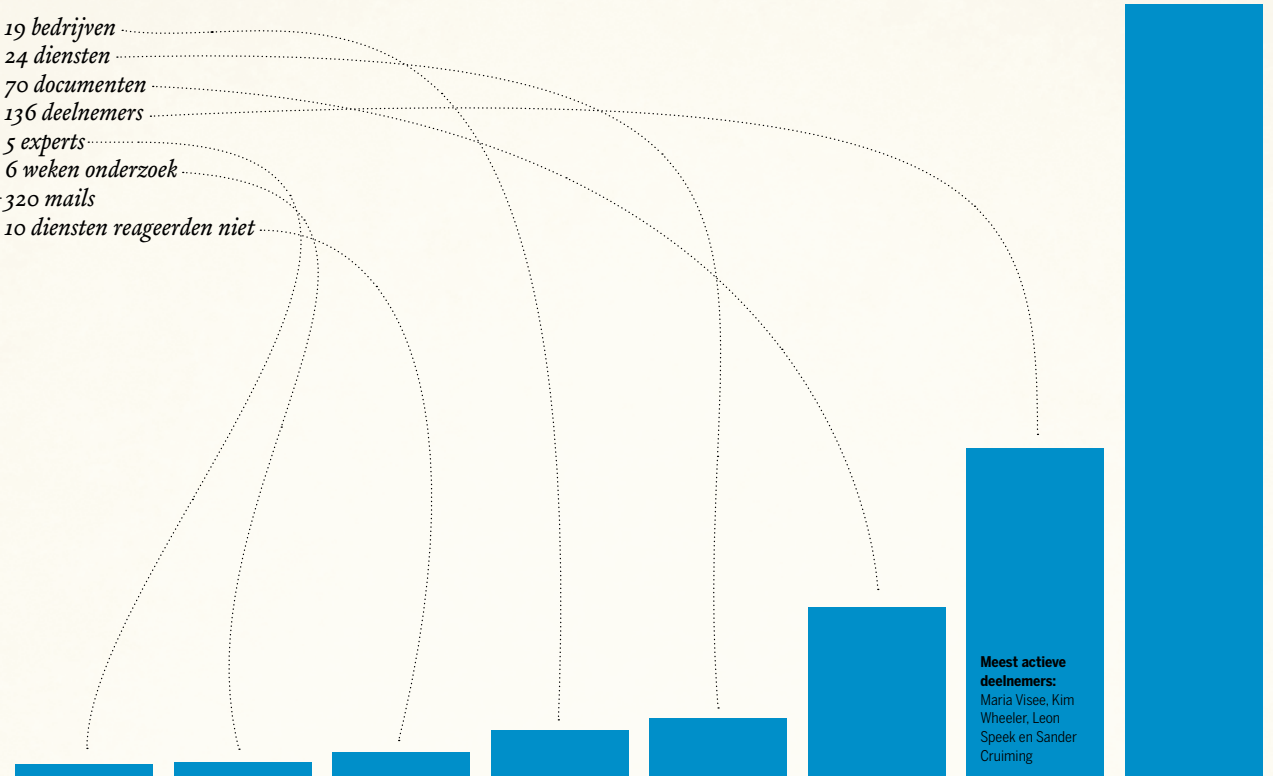
En o ja: door deze voorwaarden te ondertekenen ga je ook vast akkoord met alle toekomstige veranderingen van deze voorwaarden. Ook al zijn die waarschijnlijk nog nadeliger voor je dan de vorige. Uiteraard begrijpt jouw 'dienstverlener' dat dit niet gebruikelijk is in het Nederlands recht. Als je naar de Nederlandse rechter stapt, zou je dus wel eens in het gelijk gesteld kunnen worden. Begrijp dan wel dat met zo'n vonnis waarschijnlijk lachend de openhaard wordt aangemaakt. Veel van de doorgelichte diensten zitten immers in Amerika, waar heel andere regels van kracht zijn. Natuurlijk kun je ook naar de Amerikaanse rechter stappen. De kans is echter groot dat die zegt: 'Meneer, u heeft deze overeenkomst toch zelf gelezen en ondertekend? Dus wat zeurt u nu eigenlijk?' En wie ben jij dan om te zeggen dat hij ongelijk heeft.

Sommige voorwaarden doen we absoluut geweld aan met voorgaande samenvatting. Voor sommige anderen is hij tamelijk gechargeerd. Voor een flink deel van de doorgelichte voorwaarden is onze ingekorte versie echter *right on the money*. Voor alle voorwaarden geldt dat het op zijn minst buitengewoon nuttig is als je weet waar je nu eigenlijk precies allemaal je (elektronische) handtekening onder zet. Om je daarbij te helpen volgen hieronder de belangrijkste bevindingen van Brights Accept or Decline crowdonderzoek.

Tekst Arnoud Groot

/ ACCEPT OR DECLINE

19 bedrijven
24 diensten
70 documenten
136 deelnemers
5 experts
6 weken onderzoek
320 mails
10 diensten reageerden niet



Paragraaf 1

AANPASSINGEN

Hoewel dat in het Nederlands recht echt niet door de beugel kan, passen veel van de doorgelichte diensten (met name met een Amerikaans hoofdkantoor) hun gebruiks- en privacyvoorwaarden aan zonder de gebruiker daarvan op de hoogte te stellen. Je moet zelf maar bijhouden of er iets is veranderd. Zoals Foursquare ergens achterin zijn voorwaarden vermeldt: 'It is your responsibility to check these Terms of Use periodically for changes. Your continued use of the Service following the posting of any changes to these Terms of Use constitutes acceptance of those changes.'

Sommige nemen zich voor de gebruiker wel op de hoogte te stellen, maar brengen een onduidelijk voorbehoud aan. Zo verplichten Microsoft en Twitter zich bijvoorbeeld bij 'belangrijke' dan wel 'materiële' wijzigingen van de voorwaarden een bericht sturen naar de gebruiker. Uiteraard dient zich dan echter direct de vraag aan: wie bepaalt hier wat belangrijk is?

Paragraaf 2

AANSPRAKELIJKHEID

Als je auto gas geeft in plaats van remt, ben jij mogelijk niet de enige die schade oploopt. In de 'echte wereld' verhaal je alle ontstane schade van een falend product uiteraard op de leverancier. In cyberspace is dat echter een heel ander verhaal. Veel van de onderzochte diensten beperken hun aansprakelijkheid zo veel mogelijk, namelijk letterlijk 'voor zover dat mogelijk is onder de lokale wetgeving.' Zeer klantvriendelijk, en bovendien moet je dus zelf maar in de wetboeken duiken om te zien of je wel of niet verhaal kunt halen.

De juristen van Google zogen daar nog een extra puntje aan. De zeer beperkte aansprakelijkheid die Google accepteert is van toepassing 'of Google nu wel of niet is gewaarschuwd voor, of op de hoogte had moeten zijn van, het feit dat er schade kon ontstaan.' In de woorden van een van onze testlezers: 'Een "Get Out Of Jail Free Card".'

Paragraaf 3 EIGENDOM

Als je bij Android, Apple, Facebook of Foursquare een app downloadt, ga je er wellicht vanuit dat die van jou is. Think again. Hoewel we op de sites de buy / koop-knop kunnen aanklikken lezen we in de koop-voorwaarden dat we slechts een licentie voor gebruik krijgen, die zo weer ingetrokken kan worden en ook niet aan andere mensen kan worden overgedragen. Mocht je bijvoorbeeld op het idee komen je iPhone door te verkopen, dan ben je verplicht de apps eerst van het toestel te verwijderen. Je mag je apps zelfs niet uitlenen van Apple.

Google dicht zichzelf bovendien de vrijheid toe 'applicaties op afstand van uw Apparaat verwijderen indien de applicatie mogelijk ernstige schade kan toebrengen.' Google somt een reeks aan redenen op waarom ze daar toe zou overgaan, maar zowel onze testlezers als de beoordelend juristen zijn niet te vermurwen. 'Die hardware is van mij, en Google moet daar gewoon met zijn vingers vanaf blijven', vatten beoordelend juristen Veerle van Druenen en Arnoud Engelfriet de overheersende opvatting samen. 'Laat ze me maar een mailtje sturen.'

Paragraaf 4 GARANTIE

Waar wordt gewerkt, worden fouten gemaakt. Als je laptop na een week vastloopt, kun je verhaal halen bij de leverancier. Digitale producten zijn echter principieel anders van aard dan (tastbare) laptops, zeker daar waar het clouddiensten en 'software as a service' betreft. In dit grijze gebied komt 'de klant' er doorgaans bekaaid vanaf. Verschillende aanbieders, waaronder

Google, claimen bovendien dat hun product gratis is, en dat de consument dus niet moet zeuren als zij opeens al hun foto's kwijt zijn of niet meer bij hun mail kunnen. Dat zij hun geld verdienen dankzij de door gebruikers geüploade informatie lijkt niet van belang.

De garantie wordt veelal beperkt tot zover 'de lokale wetgeving dat toelaat'. De gebruikers moeten meestal zelf maar uitzoeken hoe dat zit. In de volgens beoordelend juriste Anne Faber extreem klantvriendelijke woorden van MSN Messenger en Hotmail-aanbieder Microsoft: 'We kunnen niet garanderen dat de service zonder onderbrekingen, op tijd, veilig en foutloos wordt uitgevoerd of dat gegevens niet verloren zullen gaan. Er worden geen beloften gedaan wat betreft de service. Mogelijk heeft u bepaalde rechten voortvloeiende uit lokale wetgeving. Bepalingen in deze overeenkomst zijn niet bedoeld om die rechten te beperken, indien van toepassing.'

Paragraaf 5 LEESBAARHEID & LEGALESE

Gewonemensentaal is over het algemeen de beste keuze als je iets uit wilt leggen. Veel van de doorgelichte diensten waren echter duidelijk niet van plan daar gebruik van te maken. Wij konden daar twee redenen voor bedenken: a) een ernstig gebrek aan klantvriendelijkheid of b) een bewuste keuze om onwelgevallige details in wollig juristenjargon (In de Engelse taal: legalese) te verhullen. Veilingsite eBay en dochters PayPal en Marktplaats zijn daar meesters in. Er is bij eBay weliswaar een samenvatting, maar die wordt direct in de eerste alinea 'niet bindend' verklaard. Tja. De daadwerkelijke voorwaarden zijn zo lang en ondoorgrondelijk dat

geen van onze testlezers de eindstreep haalde. 'Absurd lang', oordeelt ook Arnoud Engelfriet. We begrijpen dat een financiële dienstverlener voorzichtig moet zijn, maar dit gaat ons echt te ver: als de samenvatting al ondoorgrondelijk is, dan doe je iets goed fout.

De voorwaarden van Spotify zijn duidelijk door een advocaat opgesteld. Wellicht is het in juristenland bon ton om een uitleg tjokvol definities te proppen, maar je gebruikers maak je niet blij met constructies als 'the Mobile Client as defined in Section 5 below (the "Spotify Software Application") and online streaming Spotify Service (as defined below), both available at the Spotify Websites (as defined in the Spotify Privacy Policy)'. Bent u er nog?

Vimeo's voorwaarden lijken een stap in de goede richting: elke alinea met juridisch bindende tekst wordt voorzien van een aanvulling in gewonemensentaal. Probleem is alleen dat de gewonemensenvoorwaarden regelmatig iets anders zeggen dan de juristentekst. Zo wordt bij het aanmaken van het account eerst gezegd 'Be truthful, use your real name' om vervolgens in de juridische versie opeens te vermelden 'you should not choose a user name that personally identifies you'.

Paragraaf 6.1 PRIVACY

Zoals te verwachten een van de heetste hangijzers in ons onderzoek. In 2007 zei Google-kopstuk Eric Schmidt nog tegen de *Financial Times*: 'There is a line with users you do not want to cross.' Schmidt sprak over de mogelijkheid voor de zoekreus om de gebruikersgegevens van al haar diensten te koppelen en te dataminieren. Zo wordt onder meer 'behavioral targeting' mogelijk, het richten van advertenties door verdiepte kennis van het (het online gedrag van) de

FAQ

Q - Blijft de video die ik upload bij YouTube mijn eigendom of draag ik dat recht over aan YouTube?

A - Je geeft YouTube een eeuwigdurend recht om jouw video naar eigen inzicht te gebruiken.

Q - Kan ik Flickr verantwoordelijk stellen als ze per ongeluk mijn foto's verwijderen?

A - Nee helaas, Flickr accepteert daar geen enkele verantwoordelijkheid voor.

Q - Tot welke persoonlijke informatie geeft Facebook toegang aan adverteerders?

A - Tot alle informatie die je zelf vermeldt, alle informatie die Facebook kan dataminieren en informatie over alle mensen in je netwerk.

beoogde consument. Vanwege de forse privacyimplicaties zijn Schmidt, en met name founder Sergey Brin, dan nog mordicus tegen. Getuige de door onze testlezers doorgeploegde privacyvoorwaarden is het koppelen, dataminieren en op andere wijze bewerken van persoonlijke gegevens inmiddels echter gemeengoed geworden.

In de privacyvoorwaarden van Twitter lezen we bijvoorbeeld: 'Bij het gebruik van onze Diensten stemt u in met het verzamelen, overbrengen, bewerken, opslaan, ontsluiten en ander gebruik van uw gegevens.'

De iTunes Store van Apple vat het als volgt samen: 'Apple en haar gelieerde ondernemingen kunnen deze persoonlijke gegevens met elkaar delen en conform dit privacybeleid gebruiken. Zij kunnen deze persoonlijke gegevens ook met andere informatie combineren om onze producten, diensten, content en advertenties te kunnen leveren en verbeteren.'

Volgens Apple verzamelt ze met cookies en 'andere technologieën' onder meer 'niet-persoonlijke gegevens' als 'beroep, postcode, netnummer, uniek toestelnummer en locatie'. Wat voor andere technologieën? En weet Apple dan niet dat dit soort gegevens in Nederland als persoonlijk worden beschouwd? Het bedrijf neemt niet de moeite onze kritische vragen te beantwoorden.

Veel betrokken bedrijven gebruiken vage constructies en schijnbare ontkenningen om het verzamelen van privé-gegevens te verhullen. Zo meldt World of Warcraft-uitbater Activision Blizzard voorin de privacyvoorwaarden nog dat er om specifieke toestemming zal worden gevraagd voor het doorgeven van privacygevoelige gegevens. Elders in de voorwaarden noemt het bedrijf echter allerhande uiterst vage voorwaarden waaronder persoonlijke informatie van gebruikers alsnog zonder verdere omhaal aan niet nader geduide 'derde partijen' kan worden overgedragen.

Ook veilingsite Marktplaats beweert in eerste instantie keihard dat er 'zonder toestemming (van de gebruiker, AG) geen persoonlijke gegevens worden verkocht of verhuurd'. Wie de moeite neemt om even verder te lezen, leert echter dat doorgifte wel geschiedt wanneer dit noodzakelijk is 'voor het beleid of bescherming van rechten van derden.' Wat Marktplaats hier onder verstaat

blijft geheel onduidelijk, en dat is natuurlijk ook precies de bedoeling.

Chathotel annex massive multiplayer online chatting community Habbo Hotel geeft ook toe dat ze een flinke hoeveelheid informatie verzamelt, maar stelt dat dit nodig is voor 'het uitvoeren van onderzoek (i.e. wetenschappelijk, sociaal, economisch en marktinformatie)'. Beoordelend juristen Arnold Roosendaal en Simone Fennell halen de wenkbrauwen op over de wijze waarop Facebook het webgedrag van zijn leden over de gehele breedte van internet volgt. Via de Like-button en andere social plug-ins volgt Facebook zelfs de online activiteiten van niet-leden als een adelaar. Om haar diensten zoveel mogelijk te kunnen personaliseren, claimt Facebook, dat verder belooft de aldus verkregen gegevens binnen 180 dagen te 'anonimiseren'. Let op, de aanhalingstekens zijn van Facebook zelf! Wat betekent anonimiseren in dit geval dan nog? Facebook weigerde helaas op onze kritische vragen in te gaan.

Neerlands eigen social network Hyves verzamelt 'ook automatisch gegenereerde informatie over je surfgedrag tijdens jouw gebruik van Hyves. Deze informatie bestaat onder meer uit je IP-adres (nummer van je computer dat het mogelijk maakt jouw computer te herkennen), het type browser (computerprogramma om internetpagina's mee te kunnen bekijken) dat je gebruikt, de pagina's die je bezoekt en cookies.' In tegenstelling tot Facebook legt Hyves zichzelf echter wel strenge voorwaarden op waaronder deze gegevens commercieel kunnen worden gebruikt. Een van de redenen waarom Facebook een 3, en Hyves een 7 kreeg van ons juristenpanel.

Microsoft zegt dat ze een deel van de (zeer uitvoerige) informatie verzamelen zonder dat een persoon te identificeren is via deze informatie. Tegelijk wordt elders duidelijk dat alle gegevens worden gekoppeld aan een niet nader gespecificeerd 'identificatienummer'. Facebook doet in feite hetzelfde. Dat vinden testlezers en juristen nogal dubbel. Bovendien rijst direct de vraag wat de exacte aard en functie van dit id-nummer is. Dat klemmt des te meer omdat Microsoft verderop ook nog meldt: 'Daarnaast kunnen we de informatie die we verzamelen, aanvullen met

Q - Ik ben opgelicht via een advertentie op Marktplaats. Heeft Marktplaats niet de verplichting adverteerders beter te screenen?

A - Marktplaats accepteert geen verantwoordelijkheid voor de acties van gebruikers.

Q - Wat doet Foursquare eigenlijk met mijn locatiegegevens? Mogen ze die ook doorverkopen?

A - Al je gegevens worden gedeeld met een groot aantal commerciële partners, dus ook je locatiegegevens.

Q - Iemand heeft mijn Hotmail-account gehackt en mijn wachtwoord veranderd. Hoe kom ik nou weer bij mijn mail?

A - Pech gehad. Microsoft geeft gebruikers alle verantwoordelijkheid voor beveiliging van hun mail-account.

informatie die we van andere bedrijven hebben verkregen.' Hoe koop je immers informatie van anonieme personen? Zowel Microsoft als Facebook wilden niet reageren.

Ook Google is inmiddels om. In de algemene gebruiksvoorwaarden staat inmiddels de op eerste gezicht nog tamelijk onschuldig klinkende zin: 'Advertisements may be targeted to the content of information stored on the Services, queries, made through the Services or other information.' In feite staat daar dus dat Google elke byte aan informatie die de gebruiker uploadt, downloadt of opslaat bij al zijn diensten volledig kan kopiëren, datamineren of op welke andere manier dan ook aanwenden voor commercieel gewin. Dat klopt toch, Google? Hoewel de zoekreus enkele A4'tjes aan repliek produceerde, kwam er geen direct antwoord. Waarmee de vraag wat ons betreft ook was beantwoord.

Geen van alle onderzochte diensten ziet overigens volledig af van het financieel benutten van privé-informatie zonder expliciete toestemming van de gebruiker.

Paragraaf 6.2 PARTNERS & CO

In aansluiting op de voorgaande Privacy-paragraaf besteden we een aparte subparagraaf aan de opmerkelijke rol van 'commerciële partners', 'dienstverleners', 'derde partijen', 'business partners' en andere vaag gedefinieerde partijen die om de meest uiteenlopende redenen privé-gegevens van gebruikers toegespeeld krijgen. Zoals bij online muziekdienst Spotify, dat 'advertising and other information' doorspeelt aan niet nader genoemde 'business partners'. Vanaf dat moment vallen uw privé-gegevens veelal onder de privacystatuut van deze partner, die op geen enkele wijze meer gecontroleerd wordt.

Marktplaats werkt naar eigen zeggen met niet nader gespecificeerde 'service providers' die cookies plaatsen voor personalisering van advertenties. Hoewel deze volgens Marktplaats 'geen persoonsgegevens mogen verzamelen' blijft natuurlijk de grote vraag wie deze serviceproviders überhaupt zijn, en wie de gebruiker moet aanspreken als deze

partijen toch persoonsgegevens verzamelen. Hoe kom je daar überhaupt achter als niemand daar op controleert?

Veel andere bedrijven, waaronder Google, LinkedIn, Activision Blizzard, Skype en Dropbox, doen exact hetzelfde: 'Information collected by the third-party application provider is governed by their privacy policies', aldus de voorwaarden van Google. Je bent dan dus feitelijk alle controle kwijt, en in feite is het ook niet meer duidelijk hoe je kunt achterhalen dat er illegale dingen worden gedaan of waar je eventueel nog verhaal kunt halen.

Bedrijven als Facebook en Foursquare maken het helemaal bont: wanneer mensen in je netwerk bepaalde apps downloaden, kunnen deze meteen ook jouw informatie ontvangen. Zoals verwoord door Foursquare: 'Use of third party apps developed using our API are subject to the terms of use and privacy policies of such third party developers. Certain Personal Information may be made available to third party developers if you or your "friends" use these third party apps.' 'Waaaat?', vraagt een van onze testlezers zich verbijsterd af. 'Dus wanneer mensen in je vriendenlijst een app installeren, kan deze app ook bij jouw info? Terwijl je zelf niet weet wat die andere partijen voor gebruiksvoorwaarden hebben?' Inderdaad Maria, wij konden ook onze ogen niet geloven.

Paragraaf 7 RECHTEN

Je staat er wellicht niet bij stil als je foto's, video's of andere content uploadt, maar met die simpele handeling geef je de desbetreffende dienst vaak carte blanche jouw persoonlijk bezit naar goedgevoerd te gebruiken. Zoals vrijwel identiek verwoord door onder meer Flickr en YouTube: 'U verstrekt YouTube een wereldwijde, niet-exclusieve, royaltvrije, overdraagbare licentie (met het recht tot sublicentie) voor het gebruik, de verveelvoudiging, de verspreiding, het maken van afgeleide werken, het tonen en uitvoeren van die Content.'

Dat betekent onder meer dat jouw foto's en video's zonder verdere toestemming gebruikt

Q - Ik heb een dure game gekocht in de App Store. Het spel valt enorm tegen. Kan ik het terugsturen?

A - Nee.

Q - Mag Gmail meekijken in jouw persoonlijke e-mail?

A - Al je e-mail via Gmail wordt door Google gedatamineerd op bruikbare commerciële informatie en toegevoegd aan je persoonlijk profiel.

Q - Via Google Images staat een compromitterende foto van mij tussen de eerste resultaten. Kan ik Google verzoeken die niet te tonen, de beheerder van de bron site weigeren medewerking.

A - Vragen kan altijd, maar het is kansrijker een advocaat op de bron site af te sturen. Dat gaat alleen veel geld kosten.

mogen worden voor reclames of andere commerciële doeleinden. Facebook presteert het zelfs om het 'eeuwige eigendom' van je content te claimen, net als Yahoo: 'Your Contributions automatically become the property of Yahoo! without any obligation of Yahoo! to you; and you are not entitled to any compensation or reimbursement of any kind from Yahoo! under any circumstances.'

Paragraaf 8 SPELREGELS

Ook online diensten hebben spel- of huisregels nodig, anders wordt het een puinhoop. In deze regels permitteren veel van de onderzochte diensten zichzelf echter opmerkelijke vrijheden. Zo verbiedt Spotify zijn gebruikers het kopiëren, opnemen of rippen van de streams. Daarmee gaat het echter voorbij aan de Nederlandse Auteurswet, die het downloaden en kopiëren voor eigen gebruik gewoon toestaat.

Marktplaats en eBay mogen van zichzelf op grond van 'beleid' advertenties afkeuren. Het 'beleid' wordt eerst niet nader uitgewerkt, maar elders in voorwaarden volgen verwijzingen naar onder meer het 'Beleid omtrent verboden en verdachte objecten en objecten die inbreuk maken op rechten', 'Prikbordenbeleid', 'Aanbiedingsbeleid', 'Beleid voor gebruikerservaringen', 'Feedbackbeleid en Identiteitsbeleid'. Nota bene: Het betreft hier een kleine selectie van alle beleidsvormen van eBay.

Het kan ook heel anders: Habbo is in zijn voorwaarden bijvoorbeeld zo bezig met privacyzaken dat het helemaal vergeet andere belangrijke zaken te regelen. Denk aan de credits, eigendom van informatie, aansprakelijkheid bij fouten of storingen, en wat te doen als de dienst wordt aangepast of gestopt? Als het al ergens stond, konden wij het in elk geval niet vinden.

NB: Vrijwel alle diensten behouden zichzelf het recht voor om je zonder opgaaf van redenen of zelfs maar een bericht alle toegang te ontfangen. Zoals verwoord door Yahoo: 'You agree that Yahoo! may, without prior notice, immediately terminate, limit

your access to or suspend your Yahoo! account, any associated email address, and access to the Yahoo! Services.'

Paragraaf 9 VERBINDEND VERKLAREN

In de meeste gevallen dien je de voorwaarden met een klik te onderschrijven. Dat is echter lang niet altijd het geval. Bij Tumblr stem je bijvoorbeeld al in door simpelweg de site te gebruiken: 'By using or accessing the Services, you agree to become bound by all the terms and conditions of this Agreement. If you do not agree to all the terms and conditions of this Agreement, do not use the Services.'

Dochters en partners van eBay kunnen eigen voorwaarden voeren en daar stem je op voorhand alvast mee in. En Apple dwingt je akkoord te gaan met voorwaarden die pas ná de koop van je apparaat bekend zijn, ontdekte beoordelend jurist Paul Pols. 'Hoogst merkwaardig allemaal', concludeerde Pols. Maar wij kijken inmiddels nergens meer van op.

NASCHRIFT

Veel van de doorgelichte diensten weigerden in te gaan op onze kritische vragen. Uit de reacties van verschillende diensten die dat wel deden, konden wij regelmatig opmaken dat bepaalde informatie wel degelijk ergens op de site te vinden was, wij blijkbaar de verkeerde conclusies hadden getrokken, of dat het toch echt anders in elkaar zat dan in de eigen voorwaarden was vermeld. Daarop volgde vaak een uitgebreide tekst met uitleg over hoe het allemaal wél in elkaar zit. Helaas is zo'n mailtje natuurlijk niet rechtsgeldig. Bij deze willen we de heren juristen van deze diensten dan ook uitdagen: kopieer de desbetreffende alinea's uit uw antwoorden, en plak ze direct in uw gebruiksvoorwaarden. Wij zijn benieuwd! →

Q - Iemand doet op Twitter alsof ie mij is en kraamt onzin uit. Kan Twitter dat account verwijderen of blokkeren?

A - Ja, uiteraard wel pas nadat jij kan aantonen dat het om een nepperd gaat.

UITGELICHT: FACEBOOK

'Facebook is about sharing info with friends and communities'. En met de rest van de wereld, voegen we daar na het doorploegen van de verschillende voorwaarden aan toe. Nieuwtje: opmerkelijk genoeg krijgen app-makers niet alleen de privé-gegevens van de gebruikers, maar ook van hun complete vriendenkring. Facebook controleert deze partijen niet of nauwelijks, en biedt geen enkel verhaal voor gebruikers die daar slachtoffer van worden. Niet dat dat eenvoudig te achterhalen is. Facebook schermt met een groot aantal verschillende voorwaarden, en verwijst om de haverklap naar weer andere voorwaarden. Daar doet één setje voorwaarden in gewonemensentaal weinig aan af.

✗ CIJFER: 3

UITGELICHT: GOOGLE

Ook gebruikers van Google en zijn vele diensten (zoals de in het onderzoek meegenomen voorwaarden van Android Market en YouTube) moeten veel documenten doorploegen om een goed begrip van hun rechten en plichten te krijgen. Te veel, vinden onze testlezers. Opmerkelijk is wel dat je slechts éénmaal met de algemene voorwaarden van Google akkoord hoeft te gaan. De voorwaarden van bijvoorbeeld YouTube aanvaar je vervolgens 'door eenvoudigweg van de Dienst gebruik te gaan maken'. Hoewel Google daar zelf alleen in bedekte termen van rept, mag de zoekreus elke byte aan geüploade gebruikersdata koppelen, dataminen of op welke andere manier dan ook aanwenden voor commercieel gewin.

✗ CIJFER: 4

UITGELICHT: MICROSOFT

De aanbieder van doorgelichte diensten MSN Messenger en Hotmail verwijst zoveel door naar aanvullende voorwaarden en bepalingen dat onze testlezers er in verdwaalden. De firma is verder erg sterk in het gebruiken van het voorbehoud 'zolang de wet het toelaat'. Gebruikers moeten zelf maar uitzoeken wat hier al dan niet onder valt. Ook zeer klantvriendelijk: Microsoft kan zonder opgaaf van redenen een account annuleren, gebruikerscontent weigeren te publiceren en e-mail of andere communicatie blokkeren. Microsoft zegt gebruikersinformatie 'anoniem' te verzamelen, maar koppelt deze wel aan een niet nader gespecificeerd identificatienummer.

✗ CIJFER: 3

Q - Keyloggers hebben mijn goud in World of Warcraft gejat en mijn spullen verkocht. Hoe krijg ik die weer terug?

A - Dat is zo omslachtig dat je beter je verlies kan nemen.

Q - Mijn dochter heeft zonder mijn toestemming twee albums gekocht in iTunes. Kan ik dat geld terugkrijgen?

A - Nee.

UITGELICHT: TWITTER

Laat zien dat het ook een stuk klantvriendelijker kan. Natuurlijk betaalt ook dit bedrijf de rekeningen met jouw content: 'Bij het gebruik van onze Diensten stemt u in met het verzamelen, overbrengen, bewerken, opslaan, ontsluiten en ander gebruik van uw gegevens.' Maar gelukkig is de tekst relatief kort, en op bijna alle punten helder. Twitter is duidelijk over cookies en waarom ze die gebruiken. Voor het bekijken van openbare profielen op de site is het accepteren van cookies niet vereist. Vreemd is dat er in de Nederlandse tekst tips in het Engels staan. Maar er is tenminste een Nederlandse tekst.

✓ CIJFER: 7

UITGELICHT: APPLE

Zoals bekend neemt Apple geen enkele verantwoordelijkheid voor de producten die vanuit zijn iStore worden verkocht. Het bedrijf positioneert zich als de verhuurder van een marktstal, die geen enkele bemoeienis heeft met het verkochte. Tegelijk staat in de voorwaarden echter: 'U erkent dat sommige aspecten van de Stores...de voortdurende betrokkenheid van iTunes met zich meebrengen'. Klinkt als: wel de lusten, niet de lasten. Ook Apple deelt en combineert persoonsgegevens met niet nader omschreven 'gelieerde ondernemingen' en 'strategische partners'. Al bij aankoop van een stuk Apple-hardware stem je automatisch in met de voorwaarden.

✗ CIJFER: 4

UITGELICHT: FOURSQAURE

Foursquare spreekt de gebruiker rechtstreeks aan. 'We know that you take your privacy seriously, we do too'. Inderdaad. Naast privacy policy biedt de location based service haar gebruikers ook privacy 101-pagina en een privacy grid. Je zou ook niet anders verwachten van een dienst met zo'n groot privacyverstoring potentieel. Daarom is het toch een beetje jammer om later te lezen dat Foursquare 'geaggregeerde data' deelt met niet nader gespecificeerde 'partners' en 'agenten', dat app-makers ook over de gegevens van de gehele vriendenkring van gebruiker kunnen beschikken en dat gebruikersgegevens aan ieder land mogen worden overgedragen, waarna de gegevens opeens onderworpen zijn aan de lokale regels.

✗ CIJFER: 3

UITGELICHT: MARKTPLAATS

Ook Marktplaats bezondigt zich aan een euvel waar veel webdiensten last van hebben: een grote verzameling documenten waardoor gebruikers op een gegeven moment door de bomen het bos niet meer zien. In een reactie zegt de veilingssite echter toe direct de suggestie van onze gebruikers op te volgen, en bepalingen waar nodig te zullen linken. Goed werk! Bovendien is Marktplaats van plan om nog dit jaar de volledige inhoud en omschrijving van de voorwaarden onder de loep te nemen met behulp van onze feedback. Minpunt is dat dan waarschijnlijk nog steeds niet duidelijk is wat er met de data gebeurt die naar moedermaatschappij eBay vloeit.

✓ CIJFER: 6

DANKWOORD

Bright bedankt alle deelnemers en juristen voor deelname aan het onderzoek: Arnoud Engelfriet en Veerle van Druenen van ICTRecht.nl, Simone Fennell en Arnold Roosendaal van Fennellroosendaal.nl, Anna Faber, Paul Pols, Ate van der Werf, Bart Janssen, Redmar Luijendijk, Davy Verpoorten, Niek Schenkeveld, Peter Hiddink, Max Teurlings, Sarrie V., Annette, Danny de Vries, Desiree, Henk de Fluiter, Carlo Hilt, Ruben Spekle, Daan Kerremans, Maria Visee, Martijn ten Caat, Ria van Kampen, Sjoerd Sijbrandij, Kay van Enckevort, Sandy de Roos, Bert de Boer, Michiel Vennema, Thijs ter Avest, Martijn Vreeswijk, Michiel Ruiter, Geert Goedhart, Jan-Joost Stok, Yvo Jouvenaar, Ludo Oomkes, Tino Klumpen, Pricilla Molle, Paul Tomlow, Daniëlle Bethlehem, Rene van der Burgt, Freek de Man, Jason van Pul, Roy van de

Water, Marc Frencken, Wouter Blom, Reinier Sandberg, Gabi Helfert, Frank van der Wolf, Eline Kwantes, Laura Legue, Marijn Braamburg, Daniël Schaap, Ton de Jong, Esther Koppejan, Bas Rongen, Kees Schreuders, Bert Boshoven, Arnoud Wils, Gijsbregt Schaap, Una van Hooff, Roy Speetjens, Harm van den Boogaard, Amin Talaie, Thomas Mensink, Bob de Pierre, Robert Clahsen, Steven Kamminga, Jelle Janssens, Rudi van der Graaff, Jos van der Putte, Lex Sijtsma, Martijn Baten, Brian Pegel, Arno de Vries, Thijman van Zoeren, Daphne Diephuis, Kevin Anderson, Leonieke Verhoog, Paul Krabbendam, Cathy Ververda, John Bogerd, Wijnand Geers, Joep Roozen, Joep Vermaat, Hielke Bontius, Els Janssen, Robin van Sabben, Don ter Beek, Edwin van de Bospoort, Otto Vermeulen, Vincent Vijn, Maurice Lourens, Gijs Graafland,

Sander Cruiming, Margreet Tiwow, Anne Schaap, Merijn Koops, Dimphy Rutten, Harms Linssen, Niels Koekkoek, Mia Saric, Jeroen van Rijns, Lex van Roon, Lisette Hoopes, Michiel Huijsman, Bart Raaijmakers, Peter Postma, Birgit, Jan Jaap Elenbaas, Jan van Luyn, Rob van der Wouw, Marlies de Gooijer, Roy Cremers, Eelco Dekker, Sebastian Hagens, Emre Yldirim, Bram Willems, Josta de Hoog, Berend Folkerts, Franka de Groot, Micha Schellinghouth, Mark de Vries, Renske Schriemer, Casper van der Waal, Randy Hamilton, Steven Korremans, Brechtje Walburgh Schmidt, Guido van Diepen, Sjoerd Huisman, Mirjam van der Ploeg, Leon Speek, Maarten Homann, Eefje van der Harst, Frans Schuurmans, Tobias van Dijk, Wilco Faken, Maarten Festen, Maurice Trompert, Kim Wheeler en Jasper Brugman