

Arnoud Groot

# We weten wie je bent



A.W. Bruna Uitgevers B.V., Utrecht

# Voorwoord

Internet is in twintig jaar tijd getransformeerd van een open informatienetwerk tot een extreem geraffineerde privacyfuik. Dit vangnet voor onze gevoelige privégegevens reikt tot in de haarvaten van ons bestaan. Big Brother bestaat, en wel op een schaal die slechts weinigen ooit voor mogelijk hadden gehouden. Dagelijks worden de privégegevens van anderhalf miljard internetgebruikers verzameld, gekoppeld, bewerkt en verkocht. Verreweg de meeste internetgebruikers weten niet dat dit gebeurt en dat ze dit zelf mogelijk maken. Maar waarom denk je dat ruim een half miljard mensen 'gratis' mogen meedoen op de sociale netwerken van Facebook en Hyves? Waarom zoekmachine Google 'gratis' honderden miljoen zoekvragen per dag beantwoordt? Waarom Hotmail honderd miljoen gebruikers een 'gratis' e-mailservice aanbiedt?

Bij de lancering van internet voorspelden wetenschappers een nieuw tijdperk. Grenzen konden dankzij de opkomst en massaverspreiding van nieuwe inzichten opnieuw getrokken worden. Een nieuwe wereld waar alle gebruikers gelijk konden zijn. Met dezelfde rechten en kansen, en gevrijwaard van de vele risico's en gevaren van de echte wereld. Deze 'virtuele hemel' zou ook de ontwikkeling van de mensheid als geheel in een stroomversnelling kunnen brengen. Een kopstuk van het gerenommeerde Berkman Center for Internet and Society sprak zowaar van een 'nieuwe Verlichting'.

Die roze bril zit inmiddels echter vol grote barsten. Net als ooit in het wilde Westen staat nu de bescherming van de bewoners van het World Wide Web nog grotendeels in de kinderschoenen.

Tegelijk staan veel internetgebruikers totaal niet stil bij het extreem publieke karakter van internet. Daardoor zijn ze vaak vogelvrij, een dankbare prooi voor het snel aanzwellende leger bedrijven, criminelen, lasteraars, stalkers en andere belagers van hun op internet verzamelde privégegevens. Slechts weinig mensen beseffen ook hoe waardevol het digitale spoor is dat ze dag in dag uit achterlaten met hun computer, laptop of smartphone. Maar zoals eurocommissaris Meglena Kuneva in 2009 al constateerde: 'Persoonsgegevens zijn de olie van de eenentwintigste eeuw, en hét nieuwe betaalmiddel van het digitale universum.'

De transformatie van internet is vormgegeven door een aantal steenrijke ondernemers die dit wél dondersgoed begrijpen. Mensen als Jeff Bezos, de man achter online mediawinkel Amazon, die inmiddels van zijn klanten beter weet wat ze willen lezen en luisteren dan zichzelf. Sergey Brin en Larry Page, de briljante studenten achter de zoekmachine Google, die inmiddels beter weten wat wij zoeken dan wijzelf. Mark Zuckerberg, de man die een half miljard 'vrienden' op zijn Facebook verzamelde, en dankzij de verkoop van hun privégegevens miljarden bijschreef op zijn bankrekening. En voormalig hippie Steve Jobs, de man die Apple uitbouwde tot 's werelds grootste techbedrijf en nu aan honderden miljoenen hondstrouwe klanten voorschrijft wat zij wel en niet mogen zien of doen op hun geliefde MacBooks en iPhones. Wat zijn dit voor mensen, hoe denken ze over reputatie en privacy en hoe groot is hun invloed op ons dagelijks leven? Dit boek gaat daar uitgebreid op in.

Ieder van de voorgaande ondernemers speelde een belangrijke rol in de ontwikkeling van het privacyverzwelgende internet. Die ontwikkeling hangt nauw samen met de wens van marketeers om zo veel mogelijk van ons te weten te komen. In eerste instantie bleef dat beperkt tot onze voorkeur voor bepaalde consumptiegoederen. Marketeers plaatsen mensen

graag in hokjes, zodat elk hokje vervolgens speciaal afgestemde advertentieboodschappen kan ontvangen. Inmiddels gaat de corporate nieuwsgierigheid echter veel en veel verder. Honderden gespecialiseerde privacyzwaelgers monitoren nauwgezet elke beweging die we op internet maken. Ons volledige internetgedrag, inclusief onze aankopen, conversaties, onze vrienden, de muziek die we downloaden en de foto's die we uploaden, wordt rücksichtslos in kaart gebracht.

Deze 'digitale schaduw', de som van alle informatie die we via internet verspreiden, wordt voor onbeperkte duur bewaard in enorme databases. En daar blijft het niet bij. Met behulp van *data mining*, de computeranalyse van grote hoeveelheden digitale informatie, worden daar de meest uiteenlopende gegevens en patronen uit gedestilleerd. Daartoe worden wiskundige formules (algoritmes) als een soort graafmachine op de digitale databergen losgelaten. Des te complexer de vraag, des te complexer het algoritme. Dankzij haar slimme algoritmes en superkrachtige computers kan Facebook bijvoorbeeld op basis van onze berichtenstroom en ons vriendennetwerk met grote mate van nauwkeurigheid voorspellen waar de religieuze, politieke en seksuele voorkeuren van haar leden liggen. Zo wordt onze digitale schaduw stukje bij beetje ingevuld met informatie op een wijze, die zo gedetailleerd is dat we er zelf waarschijnlijk niet eens toe in staat zouden zijn.

Officieel gebeurt dat met instemming van de gebruikers van Facebook, en de andere internetdiensten die vele miljarden verdienen dankzij onze privégegevens. Die gebruikers worden wel geacht de bijbehorende gebruikersvoorwaarden te lezen. En dat doet bijna niemand. Wie het onderzoeksverslag in hoofdstuk 4 van dit boek leest, begrijpt waarom: de voorwaarden bestaan namelijk vrijwel altijd uit lange stukken wollige juristenpraat, waar de gemiddelde internetgebruiker volledig zoek in raakt. Deze ellenlange teksten kunnen echter verrassend eenvoudig

worden 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. Gebruikersvoorwaarden zijn er dus kort gezegd vooral om de gebruikers zo kort mogelijk te houden. Rechten die in de 'echte wereld' vanzelfsprekend zijn, worden online opeens op schokkende wijze herschreven in het nadeel van de consument.

Veel andere privacyzweigers nemen zelfs daar niet eens de moeite voor. Zij bedienen zich van een zeer geavanceerde surveillancetechnologie die in opdracht van het Amerikaanse ministerie van Defensie werd ontwikkeld om terroristen en andere staatsvijanden op te sporen. Een technologie waarmee personen tot in elke uithoek van de aardbol kunnen worden herkend en gevolgd. Kunstmatige intelligentie die groepen andersdenkenden (terroristen) uit grote mensenmassa's kan filteren. Maar ook duizelingwekkend krachtige informatiesystemen als Genisys, die flinters informatie uit extreem grote, heterogene databases kunnen filteren en linken. Zo legt Genisys moeiteloos verbanden tussen miljarden e-mails, telefoongesprekken en andere elektronische communicatie die de Amerikaanse veiligheidsdiensten dagelijks in hun databases verwerken. Onder leiding van In-Q-Tel, de investeringstak van de CIA, wordt dergelijke techniek ontwikkeld met en verkocht aan commerciële bedrijven met grote belangstelling voor onze privégegevens.

Zij concurreren onder meer met een sterk stijgend aantal gespecialiseerde computercriminelen, die eveneens geen middel onbenut laten in de jacht op onze privégegevens. Volgens sommige deskundigen heeft identiteitsfraude met behulp van gestolen creditcardnummers, bankgegevens en andere privédata nu al 'epidemische' vormen aangenomen. Internet telt ontelbare virussen, wormen en andere stukjes kwaadaardige software die

speciaal zijn ontworpen voor het buitmaken van toegangscode voor bedrijfssystemen en complete databases met gevoelige gegevens over klanten en medewerkers. Zo werd in april 2009 Conficker actief, een *botnet* dat op zijn hoogtepunt meer dan vijftien miljoen computers infecteerde. Naast miljoenen computers van particulieren werden ook de computersystemen van onder meer de Bank of America, NASA, mediawinkel Amazon en IT-bedrijven Oracle en Cisco geplunderd. Ironisch genoeg investeren dezelfde bedrijven, die enorme bedragen steken in het verkrijgen van onze persoonsgegevens, nauwelijks in het beveiligen daarvan.

Volgens de *Van Dale* is privacy 'de mogelijkheid om in eigen omgeving helemaal jezelf te kunnen zijn'. Een plek waar je je geen zorgen hoeft te maken over hoe en of anderen je zien. Zodat je kunt doen, laten of zijn wat je wilt, zonder dat dit consequenties heeft voor de manier waarop anderen je zien. Een plek of een toestand die neutraal is voor je reputatie. In relatie tot internet wordt privacy veelal vertaald naar de mogelijkheid controle te houden over je persoonlijke informatie. Het verlies van deze controle kan grote schade veroorzaken aan je reputatie, je zelfbeeld en daarmee je verhouding met partners, familie, vrienden, collega's, werkgevers en andere relaties. En dankzij het eeuwige digitale geheugen van internet is deze schade onuitwisbaar.

In haar inmiddels beroemde toespraak van 2009 waarschuwde eurocommissaris Meglena Kuneva dat de online jacht op onze privégegevens steeds extremere vormen aanneemt: 'Consumentenrechten moeten worden aangepast aan nieuwe technologie, ze moeten daar niet door worden verpletterd.' Desondanks faalt de overheid opzichtig bij de bescherming van onze privacy op internet. Volgens Daniel Solove, privacyhoogleraar aan de Washington University Law School, is dat mede het gevolg van de 'beperkte, kortzichtige

kijk' van de betrokken beleidsmakers. Daardoor zijn zij niet in staat de vele wezenlijke privacyproblemen van onze huidige informatiemaatschappij te onderkennen. Het 'individuele recht op privacy' legt het te vaak af tegen 'grotere maatschappelijke belangen' als veiligheid, risicobeheersing en efficiency.

Het beschermen van privacy is echter niet simpelweg een manier om individuen te vrijwaren van sociale controle. Het is iets dat voortkomt uit de waarden en normen binnen onze samenleving. 'De samenleving maakt ruimte voor het individu omwille van de maatschappelijke voordelen die deze ruimte biedt,' stelt Solove. 'Een samenleving zonder privacy is verstikkend. Bij de bescherming van individuele rechten besluiten we als samenleving een stapje terug te doen om de vruchten te kunnen plukken die ontstaan als het vrije individu kan opbloeien. Het individuele recht op privacy kan daardoor ook niet worden afgezet tegen het grotere maatschappelijke belang.' Zo'n 2500 jaar geleden kwam een andere grote denker al tot een soortgelijke conclusie. 'Onze maatschappij dient niet alleen om te garanderen dat wij overleven,' aldus de Griekse wijsgeer Socrates. 'Zij zou ook de kwaliteit van ons leven moeten waarborgen.'

Volgens critici begint internet angstig veel trekjes te vertonen van een Panopticon. Deze speciale in een cirkel gebouwde gevangenis werd bedacht om een beperkt aantal bewakers in de gelegenheid te stellen een groot aantal gevangenen 24 uur per dag te observeren. En hoewel dit wellicht gechargeerd is, zullen technologische ontwikkelingen deze vergelijking wel steeds kloppender maken. Door de razendsnelle opkomst van de smartphone heeft internet nu al honderden miljoenen mobiele voelsprietten in onze 'echte' wereld. De komende jaren zullen steeds meer gebruiksvoorwerpen, van onze auto tot onze koelkast, worden voorzien van op internet aangesloten sensoren.

Daarmee dringen de voelsprietten van internet door tot in de haarvaten van onze levens.

Ondertussen worden de toepassingsmogelijkheden van onze digitale schaduw ook steeds diverser. Verzekeraars hebben bepaalde mogelijkheden om (potentiële) klanten te screenen en te selecteren. Banken en creditcardbedrijven gebruiken de digitale schaduw om te bepalen welke klant welke creditcard en welke rente krijgt aangeboden. En Google bepaalt op basis van onze digitale schaduw welke zoekresultaten we krijgen voorgeschoteld. De vooraanstaande Britse privacydeskundige Nigel Shadbolt verwacht dat deze schaduw in de toekomst net zoveel over ons zal kunnen onthullen als ons DNA. De toepassingsmogelijkheden voor de toekomst lijken vrijwel onbeperkt.

Wie bij een discussie over privacy altijd zorgeloos meldt 'dat hij toch niets te verbergen heeft', zou zich dus nog eens goed achter de oren moeten krabben. En wie zijn privégegevens als zijn eigendom wil claimen zal zelf in actie moeten komen om die eigendomsrechten af te dwingen. Privacy is namelijk eerst en vooral een werkwoord.

Arnoud Groot





# 1

## De virtuele showroom

'*Sex Sells!*' kopt *Wired Magazine* in het voorjaar van 1997. Het coverartikel van het toonaangevende Amerikaanse internet-tijdschrift is volledig gewijd aan het succes van 'internetpooier' Seth 'Sells' Warshavsky. Net als eerdere nieuwe media, zoals de video en kabeltelevisie, dankt ook het wereldwijde computernetwerk zijn razendsnel toegenomen populariteit voor een belangrijk deel aan het gebrek aan fantasie en visualisatievermogen van de seksbeluste man. Dankzij de spectaculaire miljoenenwinsten van zijn Internet Entertainment Group staat Warshavsky hetzelfde jaar eveneens prominent in de katernen van de *Wall Street Journal*, *Forbes* en *Time Magazine*.

In de voorgaande twee jaar heeft de vierentwintigjarige entrepreneur uit Californië, die wordt bewierookt als de *'Bill Gates of Porn'*, in recordtijd een enorme rosse buurt toegevoegd aan de *global village*.

## **Internet? Global village?**

In 1962, dus 35 jaar daarvoor, schrijft vooraanstaand wetenschapper John Licklider een memo over zijn idee voor een Galactic Network. Licklider schetst een visionair toekomstbeeld waarin computers over de gehele wereld aan elkaar gekoppeld zijn en door iedereen gebruikt kunnen worden. De Amerikaanse wetenschapper is niet de enige die met dat idee rondloopt: over de hele wereld staan pleitbezorgers op voor een wereldwijd netwerk van aaneengeschakelde computers, dat een nieuw tijdperk in zou kunnen luiden. Een tijdperk waarin grenzen, dankzij de massaverspreiding van nieuwe wetenschappelijke inzichten, opnieuw getrokken kunnen worden. Sommige collega's spreken al van een 'nieuwe Verlichting'. Licklider zelf gaat niet zo ver. Hij werkt op dat moment voor het Advanced Research Projects Agency (ARPA), de technologische denktank van het Amerikaanse ministerie van Defensie. Daar zijn ze zich te pletter geschrokken van de lancering van de Russische raket Sputnik, en ze zetten ARPA in om de Russen technologisch voor te blijven. Een van de eerste projecten is een computerverbinding tussen het Pentagon en het Strategic Air Command: de militairen die onder meer verantwoordelijk zijn voor de Amerikaanse kruisraketten.

In zijn plannen noemt Licklider twee belangrijke voordelen van communicatie via een computernetwerk. In geval van een atoomoorlog, tijdens de Koude Oorlog geen onrealistisch scenario, zullen grote delen van het Amerikaanse communicatienetwerk vrijwel zeker uitvallen. Door de berichten in kleine digitale 'informatiepakketjes' op te delen en via een wijdivertakt

computernetwerk te versturen is de kans dat het bericht bij de ontvanger aankomt veel groter. Bovendien wordt het voor spionnen veel lastiger berichten te onderscheppen. Lickliders gedroomde netwerk komt tot stand dankzij de samenwerking met een aantal vooraanstaande Amerikaanse universiteiten, die hun bijdrage beloofd zien met een aansluiting op 's werelds eerste echte computernetwerk. In 1971 bestaat ARPANET uit 23 op elkaar aangesloten computers (hosts) aan de Amerikaanse Oost- en Westkust.

Hoewel de gewone man op dat moment nog nauwelijks aandacht heeft voor het nieuwe fenomeen, is de impact op de academische wereld enorm. Opeens kunnen wetenschappers die op duizenden kilometers van elkaar aan soortgelijke projecten werken, in een kwestie van minuten hun aantekeningen en testresultaten vergelijken. Om ook computers in andere delen van de wereld aan te kunnen sluiten worden internationale afspraken gemaakt over standaardformaten voor het verzenden van informatie. Dankzij dit zogenaamde Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP) neemt het wereldwijde dataverkeer zo snel toe dat de Amerikaanse universiteitscomputers al snel dreigen te bezwijken. Toenmalig minister Al Gore trekt daarom midden jaren tachtig een dikke subsidie uit voor de aanschaf van vijf supercomputers, die het voortbestaan van internet kunnen garanderen. Zijn voorwaarde: het netwerk mag alleen worden gebruikt voor onderzoeks- en onderwijsdoeleinden. Dat is op dat moment nog geen probleem: het netwerk is nauwelijks te gebruiken zonder gedetailleerde kennis van computercode, en dus is het grote publiek nog steeds nauwelijks geïnteresseerd. Dat verandert echter in het begin van de jaren negentig, als de Engelse wetenschapper Tim Berners-Lee een model bedenkt waarbij alle ingewikkelde computercode een standaardadressering en -opmaak krijgt. Hij noemt zijn model het World Wide Web. Berners-Lee levert er meteen een *browser* bij

die de standaardcode vertaalt in een zeer toegankelijke grafische presentatie: de website. In plaats van pagina's vol vrijwel onleesbare computercode, toont de website in één oogopslag wat een aangesloten computer aan informatie aanbiedt. Dankzij de browser kun je die met de simpele klik van een muis opvragen of razendsnel naar een andere website springen – een absolute revolutie op dat moment. Het World Wide Web (je ziet de afkorting www nog steeds aan het begin van elk webadres) maakt internet toegankelijk voor een breed publiek. Opeens heeft iedereen met een computer en een telefoonverbinding toegang tot een nieuwe, schijnbaar oneindige wereld die slechts wordt beperkt door de grenzen aan de fantasie en de rekenkracht van de ondersteunende computers. Welkom in de global village, waar mensen van over de gehele wereld slechts één klik van elkaar verwijderd zijn.

In de pioniersdagen van begin jaren negentig ziet echter nog lang niet iedereen de enorme potentie van deze nieuwe wereld. Als het Amerikaanse parlement in 1992 besluit internet vrij te geven voor de commercie, loopt het dan ook nog niet echt storm. Pas twee jaar later komt Pizza Hut met een website waar klanten alvast hun pizza's kunnen uitzoeken en bestellen – en dat is voorpaginanieuws. Een van 's werelds eerste online aankopen is een pizza pepperoni met champignons en extra kaas. Er is op dat moment echter al wel een andere groep ondernemers die hard aan de virtuele weg timmert. Belangrijkste exponent van deze groep: Seth 'Sells' Warshavsky, een jonge ondernemer die dan zijn eerste miljoen al heeft verdiend met lucratieve telefoonsekslijnen (1-800-GET-SOME). Warshavsky's overstap naar de nieuwe virtuele wereld van internet is een beslissing waarvan hij de navolgende jaren ruimschoots de vruchten plukt. Binnen twee jaar genereert zijn Internet Entertainment Group een respectabele dertig miljoen dollar omzet met sekssites als Clublove.com, waar bezoekers tegen betaling van enkele tientallen dollars een maand

lang onbeperkt toegang krijgen tot een roulerend aanbod van naakte en schaars geklede dames. Warshavsky maakt handig gebruik van de mogelijkheden van het nieuwe medium. Waar magazines als *Penthouse* of *Playboy* een arbeidsintensief en kostenverslindend productie- en distributieproces moeten doorlopen, heeft hij slechts een camera en een internetverbinding nodig om zijn foto's en filmpjes (op internet vaak aangeduid als content) in een handomdraai in de huiskamer van een razendsnel groeiend miljoenenleger van potentiële klanten af te leveren. Of, zoals Warshavsky zelf in een interview jubelt: 'Het is goedkoper en makkelijker dan andere media. *You really never lose.*'

## Wereldwijde rosse buurt

Zo fungeert de Bill Gates of Porn als de goudzoeker die met zijn eerste klomp edelmetaal zwaaiend terugkeert in de bewoonde wereld. Al snel is de nieuwe digitale wereld het decor van een massale *gold rush*, met seksites die als *boomtowns* uit de grond schieten. Zijn er in 1995 'slechts' enkele duizenden pornosites op het net te vinden, in 1997 zijn dat er al 28.000. Vanaf dat punt groeit het aantal internetpagina's met seksueel getinte inhoud exponentieel. 'Internet heeft porno vanuit ranzige boekwinkeltjes en achterafhoekjes in videotheken rechtstreeks de huiskamer in gelanceerd,' schrijft Frederick Lane in 2000 in zijn boek *Obscene Profits: The Entrepreneurs of Pornography in the Cyber Age*. Lane beschrijft hoe grote communicatiebedrijven als AT&T de lucratieve markt inmiddels ook hebben ontdekt, maar hun bemoeienissen met cyberporn bij voorkeur onderbrengen in moeilijk tot hen te herleiden dochterbedrijfjes. Ook onze eigen KPN verdient jarenlang miljoenen via een online pornodochter waarvan zij het bestaan niet wil erkennen. Als de bijnaam Koninklijke Porno Nederland tot de directie doordringt, wordt de verantwoordelijke dochter echter snel verkocht. Over de hoeveelheid geld die er

wordt verdiend in deze nieuwe bedrijfstak wordt minstens even geheimzinnig gedaan. Voorzichtige schattingen komen in 2002 uit op 1 miljard dollar per jaar, terwijl meer optimistisch gestemde onderzoekers uitgaan van het tienvoudige. De National Research Council, die het Amerikaanse Congres adviseert over technologiezaken, komt ongeveer in het midden uit. Over de indirecte economische gevolgen van cyberseks zijn geen totaalcijfers beschikbaar. Dat die gevolgen aanzienlijk zijn staat echter vast. Onderzoek in het Verenigde Koninkrijk toont in 2000 aan dat 70 procent van al het pornogerelateerde internetverkeer plaatsvindt tussen negen uur 's ochtends en vijf uur 's middags. De snellere verbinding op de computer van de werkgever en verveling worden als voornaamste redenen genoemd. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat internetmisbruik diefstal van kantoorbenodigdheden op dat moment heeft ingehaald als grootste schadepost door eigen werknemers. Eén op de vier Britse bedrijven ontsloeg ooit een medewerker vanwege internetmisbruik. Verreweg de meeste keren betrof dit het bezoek van pornosites. Recordhouder is computerfabrikant Hewlett-Packard, die op een dag honderdvijftig medewerkers ontsloeg wegens het bekijken van *inappropriate material*. Tot de onaangename verrassing van de medewerkers had de computerreus haar computers uitgerust met speciale tracking software die van elke bedrijfscomputer haarscherp al het internetgebruik in kaart bracht. Overigens zonder het medeweten van de medewerkers, die er achter kwamen dat internet toch niet zo anoniem is als ze dachten. Voor het eerst realiseren internetgebruikers zich dat ze op internet wel degelijk sporen achterlaten, en dat deze sporen kunnen worden verzameld en herleid naar de internetgebruiker die ze achterliet. Een digitale schaduw dus als het ware, die vooralsnog nog niet heel scherp is gedefinieerd, maar waarvan de gevolgen wel zeer verstrekkend kunnen zijn – zoals de medewerkers van Hewlett-

Packard tot hun schade en schande moesten ervaren. Het Deense LL Media komt met een constructievere oplossing: zij betaalt de toegang tot bepaalde pornosites als haar werknemers beloven dat zij daar tijdens werktijden geen gebruik van maken. 'Het is toch niet meer tegen te houden,' redeneert directeur Levi Nielsen. 'Zo proberen we het in elk geval in goede banen te leiden.'

Voor de traditionele seksbranche pakt de opkomst van het nieuwe medium tamelijk rampzalig uit. De oplage van blootbladen als *Playboy* en *Penthouse* neemt een dramatische snoekduik, die voor laatstgenoemde zelfs resulteert in faillissement. *Penthouse*-uitgever Bob Guccione laat weinig ruimte voor twijfel in zijn analyse van het echech: '*The internet killed Penthouse.*'

Tegen het einde van de twintigste eeuw zijn de straten van de snel uitdijende global village volgepropt met miljoenen virtuele peeskamers. Hoeveel dat er precies zijn durft niemand met zekerheid te zeggen. Tientallen onderzoeken leveren uitkomsten op die vaak met meerdere nullen tegelijk van elkaar verschillen. Enerzijds dankzij de enorme groei en de constant veranderende samenstelling van het net, anderzijds vanwege de sterk verschillende uitgangspunten van de onderzoekers. Zowel christelijke pressiegroepen als ondernemers uit de branche zelf doen hun best de zaken nog groter voor te stellen dan ze eigenlijk al zijn. Tegen het einde van de jaren negentig is er gelukkig ook een aanzienlijke dienstverlenende sector rond internet ontstaan, waaronder een aantal professionele analisten die het wel en wee op internet nauwgezet in kaart brengen. Nielsen/NetRatings bijvoorbeeld, '*the industry standard in measuring online audiences*', dat naar eigen zeggen 'meer dan 90 procent van het wereldwijde internet monitort en waardevolle inzichten aangaande het "online universum" aanlevert'. En Forrester, een op technologie gefocust onderzoeksbureau dat bedrijven onder meer aan een onlinestrategie helpt. Ook deze

professionele internetwatchers komen aan het begin van het nieuwe millennium echter met sterk uiteenlopende cijfers. Wie alle onderzoeken naast elkaar legt komt uit op een totaal van tussen de twee en tien miljoen sekssites. Om het enorme aanbod nog enigszins overzichtelijk te maken, bedenken slimme internetondernemers het concept van de *Thumbnail Gallery Post* (TGP), een internetpagina met lange lijsten pornosites, netjes op soort ingedeeld en voorzien van een korte beschrijving van de inhoud. Elke seksuele voorkeur of fantasie heeft zijn eigen hoekje, met soms wel honderden geschikte sites per subcategorie. De TGP's verdienen hun geld aan de typische eigenschap van de mens om boven aan een lijstje te beginnen. Ondernemers betalen vaak grof geld om met hun website boven aan de lijst te worden opgenomen. Getuige de gegevens van SexTracker, een firma die bezoekersstatistieken over sekssites bijhoudt en publiceert, spelen Nederlandse ondernemers in deze sector een belangrijke rol. De Nederlandse website The Hun's Yellow Pages uit Wervershoof is lange tijd met afstand de drukste TGP op internet, en het Heerhugowaardse Dream Partners exploiteert met worldsex.com, al4a.com en lumberjack-links.com respectievelijk de nummer 2, 3 en 7 in de internationale TGP-top tien. Op hun hoogtepunt trekken deze sites gezamenlijk een kleine tien miljoen unieke bezoekers per dag.

In totaal zijn er in 2000 dagelijks zo'n zestig tot honderdtwintig miljoen mensen op internet bezig met seks. Gezamenlijk zorgen zij in dat jaar voor zo'n twintig tot veertig procent van het totale internetverkeer (ofwel *traffic*). Naast de sekssites zelf wordt er ook steeds meer traffic gegenereerd door zogenaamde peer-to-peeruitwisselingsprogramma's (p2p), waarmee gebruikers hun gedownloade pornofoto's en -filmpjes onderling kunnen uitwisselen. Met name p2p-software van Grokster, Kazaa, eDonkey en LimeWire is buitengewoon populair. BigChampagne, een onderzoeksbureau dat zich



nauwgezet bezighoudt met het monitoren van deze nieuwe internettoepassing, schat dat er begin 2002 maandelijks anderhalf miljard filmpjes worden uitgewisseld, het overgrote merendeel met pornografische inhoud.

En ook het aantal nieuwsgroepen, info- en datingsites en chatrooms dat volledig is gewijd aan de meest uiteenlopende vormen van seks groeit hand over hand. Bijvoorbeeld een website als Jackinworld.com, dat zichzelf positioneert als *the ultimate male masturbation resource in cyberspace*. Hun missie: mensen voorlichten over masturbatie, helpen bij het vergroten van hun masturbatieplezier en het bestrijden van schuldgevoelens en stigmatisering. Het gebruiksvriendelijke laagje computercode van Berners-Lee zorgt voor anonieme – en dus veilige – omgeving waar mensen kunnen experimenteren met gedachten, gevoelens en verlangens die ze in het echte leven mogelijk nooit zouden durven delen, laat staan uitvoeren. Sommigen doen dat onder hun echte naam, vele anderen meten zich een fantasie-identiteit (avatar) aan. Met hun avatar veranderen schuchtere boekhouders opeens in gespierde playboys met een tomeloos zelfvertrouwen.

Doordat ze hun digitale schaduw volledig zelf kunnen vormgeven en controleren, maken deze internetgebruikers zelfs de grootste taboes eenvoudig bespreekbaar in de aangename anonimiteit van de virtuele wereld. 'Elektronische communicatie blijkt keer op keer het "normale" contact in intensiteit te overstijgen,' constateert ook internetjournalist Francisco van Jole. 'Ik moet wel heel intiem met iemand zijn wil ik in gesprek raken over favoriete seksuele technieken en on vervulde wensen. Via de computer is het welgeteld een kwestie van minuten.' Dat is ook de ervaring van socioloog Albert van Benschop. 'Op het net kunnen mensen zonder poespas hun fantasieën op elkaar uitleven,' aldus Van Benschop, die namens de Universiteit van Amsterdam uitgebreid onderzoek deed naar menselijke relaties via internet. 'Binnen no time zijn mensen online in gesprek

over de meest intieme zaken, waar ze normaal met hun beste vrienden nog niet over durven praten.'

## **Barsten in de roze bril**

De relatieve anonimiteit van internet pakt echter niet altijd even positief uit. Volgens een onderzoek van Sex Addicts Anonymous telt Amerika in 2000 bijvoorbeeld ruim 200.000 cyberseksverslaafden. Psychologen voeren de Triple A-theorie (*Accessibility, Anonymity, Affordability*; eenvoudige toegang, anonimiteit en betaalbaarheid) aan als verklaring voor de enorme groei van het aantal cyberseksverslaafden. Door het vrijwel onbeperkte aanbod kunnen zij bovendien steeds dieper afdalen in het riool van de menselijke seksualiteit, dat nog nooit zo open en bloot heeft gelegen. De exclusief aan prepuberaal ogende meisjes (*barely legal*), sadomasochisme en andere seksuele perversiteiten gewijde sites zijn al snel niet meer te tellen. Elke mogelijke voorkeur, afwijking of perversiteit die aan het menselijk brein kan ontspruiten wordt tot op het bot geëxploiteerd op internet. 'There's a website for just about every kink,' constateert LukeFord.com, een van de vele websites die uitsluitend aan nieuws voor en over de cyberseksindustrie zijn gewijd.

Een van 's werelds grootste leveranciers van *hardcore pornography* komt overigens uit Nederland. 'Ik heb maar één stelregel: alles mag, als maar niemand wordt gedwongen,' aldus Roy Pocorni van cyberseksfirma TopScore. Die opportunistische houding resulteerde bijvoorbeeld in ronduit schokkende websites als violentbizarre.com: 'The first site that shows you the real everyday truth. Violent, shocking and the cruelest sexual truth you could only dream of!' Ook deze onwaarschijnlijk gore vondsten zijn echter nooit lang uniek op het net. In 1999 zijn er meer dan honderdduizend websites waar vrouwen, pensioengerechtigden,

dwergen en gehandicapten worden vastgebonden, vernederd, met fecaliën bedekt of verkracht.

In deze tamelijk ranzige race naar de bodem van dit open riool, worden de verhoudingen tussen 'mijn' en 'dijn' op internet vaak maar matig gerespecteerd. Dat komt onder meer doordat de infrastructuur waarop de nieuwe virtuele wereld rust, een aaneengesloten geheel van verschillende autonome computernetwerken is waarop in feite niemand de baas is. Ook de digitale schaduw van internetsites zelf is daardoor relatief eenvoudig te manipuleren, zoals perfect wordt geïllustreerd door *cyber pimp daddy* Stephen Cohen, die er al vanaf het prille begin bij was. Al in de jaren tachtig runde hij the French Connection, een *bulletin board* voor 'swingers, nudisten en andere *alternative lifestyles*'.

In die tijd waren de bulletin boards, een soort online prikborden, dé manier om seksueel getinte content uit te wisselen via het net. Met sex.com borduurde Cohen daar naar eigen zeggen op voort, en was het een gelukkige ingeving die hem deed besluiten de domeinnaam (het webadres waar de internetpagina te vinden is) vast te leggen. Dat zou hij hebben gedaan bij de serviceprovider Network Solutions, een commerciële dienst die de naam officieel heeft aangemeld bij de Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN).

Deze in Amerika gevestigde organisatie is in een vroege ontwikkelingsfase van internet in het leven geroepen om wereldwijd alle internetadressen te beheren en administreren, maar veel verder dan deze administratieve bevoegdheden reikt haar macht niet. Toch is de toewijzing van domeinnamen, oftewel internetadressen, extreem belangrijk. In de woorden van Cohen zelf: '*Let me make it real simple for you. Er is maar één woord dat de hele wereld begrijpt, en dat is seks. Zoek online op sex, en je komt uit op sex.com.*'

Dat heeft hij goed gezien. Dankzij de vele vaste bezoekers die elke maand 25 dollar neertellen voor onbeperkte toegang tot zijn online verzameling *explicit sexual content*, doet Cohen héél goede zaken. Voeg daar de miljoen dollar per maand bij die Cohen binnentrekt met het plaatsen van banners, grafisch opgemaakte online advertenties, op de 140 miljoen pageviews per maand genererende site, en je begrijpt dat analisten zijn jaaromzet in 1998 op een zeer comfortabele 100 miljoen dollar inschatten. Voor Cohen is dat echter nog steeds niet genoeg. Hij begint een verwoede zoektocht naar concurrenten die 'inbreuk maken' op zijn kapitale 'merkrecht'. Zo'n beetje elke site met 'sex' in de domeinnaam krijgt een brief op de mat waarin dure advocaten dure rechtszaken in het vooruitzicht stellen. Aangezien het nog volslagen onduidelijk is hoe het zit met de rechten op websitenamen, kiezen veel geschrokken website-eigenaren eieren voor hun geld. 'Ondernemers worden gewoon zwaar geïntimideerd om hun domeinrechten op te geven,' fulmineert collega-cyberpooier Seth Warshavsky op LukeFord.com: 'Cohen is echt een ontzettend achterbakse *scumbag*.'

Warshavsky heeft meer gelijk dan hij op dat moment zelf kan bevroeden. Begin 1999 krijgt Cohen namelijk zélf een rechtszaak aan zijn broek. Ironisch genoeg valt uit de dagvaarding op te maken dat de geldscheppende cyberpooier helemaal niet de rechtmatige eigenaar is van de gewraakte domeinnaam sex.com. Volgens de succesvolle internetondernemer Gary Kremen heeft Cohen hem het kapitale internetadres op arglistige wijze ontfutseld. Tijdens de rechtszaak produceert Kremen inderdaad onomstotelijk bewijs dat hij al in 1994 een lange serie veelbelovende domeinnamen poneerde, waaronder de succesvolle datingsite match.com, het lucratieve autos.com en dus ook sex.com. Kremen claimt dat de sekssite zich ongemerkt tot online grootverdiener ontwikkelde, terwijl hijzelf druk bezig was met de uitbouw van het succesvolle match.com.

Volgens hem heeft Cohen een vervalst memo naar Network Solutions verstuurd waarin een van Kremens managers het internetbedrijf opdracht gaf de rechten af te dragen. Die memo is inderdaad bij Network Solutions binnengekomen, blijkt uit onderzoek. En hoewel het logo van Kremens firma Online Classifieds niet van echt is te onderscheiden, constateert de rechtbank al vrij snel dat hier daadwerkelijk is gerommeld: de naam van de manager die het stuk zou hebben ondertekend komt namelijk niet voor in Kremens personeelsbestand.

Het lijkt een uitgemaakte zaak. Kremen, de succesvolle zakenman met een MBA van de prestigieuze universiteit van Stanford op zak, versus de sjofele ero-ritselaar Cohen, die bovendien ook nog over een verborgen crimineel verleden blijkt te beschikken. Al in 1975 werd hij veroordeeld wegens gerommel met vervalste cheques, en ruim vijftien jaar later werd hij opnieuw opgepakt vanwege een poging een rijke oude weduwe op te lichten. Kremens advocaten kunnen hun geluk niet op als ze het dossier van de zaak boven water weten te halen. Zo blijkt Cohen zich herhaaldelijk te hebben voorgedaan als advocaat en vervalste hij verschillende aktes en cheques. Voor dat tweede vergrijp kreeg hij in totaal 46 maanden cel. En wonder boven wonder: een halfjaar na zijn vrijlating was de veroordeelde fraudeur opeens de gelukkige bezitter van een van de meest waardevolle domeinnamen ter wereld.

Toch blijft Kremen maar achter het net vissen bij zijn verwoede pogingen zijn wettige bezit terug te krijgen. In eerste instantie stuit hij op weerstand bij Network Solutions, de serviceprovider die de domeinnaam bij de ICANN heeft aangemeld. Ondanks haar dubieuze rol in het geheel verschuilt de firma zich echter achter beleidsregels: 'Wij mengen ons nooit in domeindisputen tussen strijdende partijen.' De navolgende jaren sleept Kremen zijn dikke dossier van het ene naar het andere gerechtsgebouw. Aangezien een website feitelijk slechts

een vastgelegd adres is dat je als eigenaar vanaf elke locatie ter wereld verder kunt vormgeven blijkt het 'bezit' ervan extreem lastig vast te pinnen.

Tot Kremens grote wanhoop heeft Cohen sex.com inmiddels 'doorverkocht' aan Sand Man Internacional Ltd (gevestigd in Mexico). Het schimmige bedrijfje in de Mexicaanse cocaïnehoofdstad Tijuana is op zijn beurt weer eigendom van Ocean Fund International, een minstens even duister beleggingsfonds dat resideert op de Britse Maagdeneilanden: belastingparadijs bij uitstek waar een constructie van postbusvennootschappen het zicht op de werkelijke eigenaren onttrekt. Cohen houdt bij hoog en laag vol dat het gaat om een groep internationale investeerders, maar volgens Kremen is het zonneklaar dat de gehaaide fraudeur zelf schuilgaat achter het vage investeringsfonds.

Uiteindelijk weten de advocaten van Ocean Fund International annex Cohen de rechtsgang nog drie jaar op te rekken voordat Kremen uiteindelijk in het gelijk wordt gesteld. De inmiddels hevig gefrustreerde zakenman krijgt per direct zijn wettig eigendom teruggeleverd, en heeft tevens recht op een schadevergoeding van 65 miljoen dollar. Helaas voor hem zag Cohen de bui al van verre aankomen. Hij heeft zijn bezittingen weggesluisd en is met de noorderzon vertrokken. De enige bezitting die hij niet mee kon nemen, een fraaie villa in een van de duurste woonwijken van Californië, is tot de deurknoppen aan toe gestript.

Met Kremen zelf is het inmiddels niet veel beter gesteld. De strijd tegen zijn grote plaaggeest Cohen is langzaam maar zeker veranderd in een obsessie, en de jarenlange juridische machtsstrijd heeft duidelijk zijn sporen nagelaten. Omdat hij zijn rol bij het succesvolle match.com heeft verwaarloosd, is hij door zijn eigen board of directors aan de kant gezet, en de website is voor slechts enkele miljoenen dollars van de hand gedaan. Nog

een harde klap in het gezicht van Kremen, die slechts 50.000 dollar aan de deal overhoudt en machteloos moet toezien hoe match.com een jaar later voor maar liefst 50 miljoen dollar wordt doorverkocht. Nadat de torenhoge advocatenkosten hem financieel hebben uitgekleeft, de uitbetaling van de toegekende schadevergoeding uitblijft en hij en passant ook nog een zware amfetamineverslaving heeft opgedaan, rest hem in het voorjaar 2001 nog maar één optie: een nieuwe carrière als cyberpimp.

Al snel leert Kremen echter dat zijn Stanford-MBA hem maar zeer beperkt heeft voorbereid op de specifieke omgangsvormen in de online porno-industrie. Zoals zijn toenmalige vriendin Sue Whatley het formuleert: *'These guys want to party with you, take drugs with you, sleep with the same girls, and then at 4 AM sign a deal.'* Daar doet Kremen liever niet aan mee, en ook de vele seksfilmpjes met fecaliën, dieren, dwergen en pensioengerechtigden zijn hem net een brug te ver. Mede vanwege het op dat moment steeds verder oprukkende Kazaa en andere p2p-software, is kieskeurigheid echter wel het laatste dat sex.com zich kan veroorloven. De omzet keldert, de kosten stijgen en Kremen ontslaat drie keer in één jaar zijn managementteam voor hij zich uiteindelijk gedwongen ziet 's werelds duurste domeinnaam' van weleer voor 12 miljoen dollar van de hand te doen. Hij woont nog steeds in het enige bezit dat hij ooit van Cohen los kon weken. Cohen zelf werd in 2005 gearresteerd toen hij probeerde zijn Mexicaanse verblijfsvergunning te verlengen. De nieuwe eigenaar van sex.com ging failliet, en geen enkele partij is tot op heden bereid gevonden de vraagprijs van 13 miljoen dollar op te hoesten.

Vijf jaar na dato blijkt Warshavsky's publieke jubelzang op de zegeningen van cyberseks van profetische waarde te zijn geweest. Al zal hij zich dat zelf toch heel anders hebben voorgesteld. Dankzij internet is porno nog nooit zo goedkoop, makkelijk en onbeperkt beschikbaar geweest. Opeens leren

de cyberseksondernemers ook de keerzijde van de onbeperkte online mogelijkheden kennen. De concurrentie is moordend, en bedrijven die niet flexibel genoeg inspringen op de snel veranderende omstandigheden worden daar in de nieuwe virtuele wereld razendsnel op afgerekend. De concurrent zit immers altijd maar één klik verderop. Om hun hoofd nog enigszins boven water te houden, grijpen steeds meer cyberpooiers naar andere mogelijkheden om hun hoofd boven water te houden. Daarvoor biedt het inmiddels wijdvertakte computernetwerk ruime mogelijkheden. En ook criminelen leren al snel dat ze hun digitale schaduw op internet eenvoudig kunnen manipuleren, waardoor een website kan functioneren als vermomming waarmee mensen kunnen worden opgelicht. Bovendien is de kans om gepakt te worden bijzonder klein. Bij gebrek aan een wereldwijde internetpolitie is het een tamelijk risicoloze operatie om bijvoorbeeld vanuit Rusland een Canadese internetgebruiker te flessen. Daar zijn vele mogelijkheden voor, aangezien zijn grote openheid en uitgestrektheid internet ook heel kwetsbaar maakt.

Al in 1997 worden bijvoorbeeld de eerste gevallen van zogenaamde *dialler*-fraude gerapporteerd. Diallers zijn programma's die automatisch een hoogtarieftelefoonverbinding (met bijvoorbeeld een 0906-extensie) openen. Veel websites maken gebruik van diallers om betalingen van bezoekers te incasseren die uit vrees voor misbruik niet met hun creditcard willen betalen. Soms blijken de tarieven echter veel hoger dan aangegeven. In andere gevallen wordt het dialler-programma ongemerkt de computer van de websitebezoekers binnengesmokkeld. De gebruiker merkt pas dat hij is opgelicht als hij zijn telefoonrekening binnenkrijgt. De tot nu toe grootste dialler-fraude werd in Spanje ontmanteld, waar fraudeurs met behulp van enkele tientallen pornosites meer dan 45.000 slachtoffers maakten. Geschatte buit: 35 miljoen euro. Veel



slachtoffers, die met schrik moeten vaststellen dat internet toch niet zo veilig en anoniem is als ze dachten, zien uit schaamte van aangifte af. Ook betalingen met creditcard brengen grote risico's met zich mee. Met name vanuit voormalige Oostbloklanden wordt op grote schaal gehandeld en gefraudeerd met creditcardnummers die onder meer via sekssites zijn verkregen. Dankzij de anonimiteit van internet zijn ze vrijwel ongrijpbaar. Inmiddels blokkeren sommige creditcardmaatschappijen gewoon maar alle betalingen uit risicolanden als Roemenië, Bulgarije en Rusland.

## **Miljardensпам**

Ook het persoonlijke e-mailadres, een belangrijk onderdeel van onze digitale schaduw, blijkt eenvoudig te kunnen worden gemanipuleerd. Dat blijkt als veel in het overweldigende aanbod van cyberseksexploitanten ontelbare hoeveelheden reclamemajljes gaan versturen, inmiddels beter bekend onder de noemer spammail. Die naam komt uit een Monty Python-sketch, waarin een groep acteurs in een restaurant steeds harder en nadrukkelijker om Spam (een merk ingeblikte lunchham) begint te schreeuwen. Als spam zich in recordtijd ontwikkelt tot een van de meest gehate fenomenen op de aardbol, proberen politici op verschillende continenten in te grijpen met wetten die het versturen van spam moeilijk of onmogelijk moeten maken. Dan wordt echter ook direct duidelijk dat het reguleren van internet een buitengewoon lastige onderneming is. Want wie bepaalt wat er wel of niet mag op dit wereldomspannende computernetwerk? Wie bepaalt hoeveel e-mail iemand mag versturen? En wie gaat eventuele overtredingen onderzoeken en bestraffen? En hoe kom je er überhaupt achter wie de overtreder is? Dat laatste blijkt vaak al een buitengewoon lastige opgave, zeker omdat de meeste verstuurders van spam niet gebruikmaken van hun eigen e-mailadres. Dat hoeft ook niet, aangezien ze heel eenvoudig de e-mailadressen van andere internetgebruikers kunnen kapen.