

Amazon Ring deurbel

Naar een sociologie van alledaagse surveillance

Marc Schuilenburg

1. Luxe surveillance en de Super Bowl

Tijdens de 2026 Super Bowl finale krijgen bijna 130 miljoen tv-kijkers een reclame van 30 seconden voorgeschoteld van de Amazon Ring deurbel. In de typische *feel-good* reclame vindt een klassiek Amerikaans gezin hun hond terug dankzij beelden van de Ringdeurbellen van bewoners in de wijk. De technologische *quick fix* is de gratis optie 'Search Party', waarmee deurbellen in de buurt kunnen worden geactiveerd om te helpen bij het vinden van vermiste huisdieren. Dankzij deze functie wordt het schattige hondje in no time gespot via de camera's van de deurbellen en sluit het gezin hun trouwe viervoeter weer in de armen. Iedereen blij. Maar binnen een paar dagen ontstaat een storm aan kritiek op het Amerikaanse techbedrijf. Want de volgende stap is dan snel gezet, van het opsporen van je huisdier via beeldherkenning naar je broertje en zusje en vervolgens naar meer ambigue categorieën, van illegale immigranten en potentiële inbrekers tot alle personen die afwijken van het *all-American* ideaalbeeld.

Ring's deurbel is een van de vele slimme gadgets op het gebied van luxe surveillance, wereldwijd een van de snelst groeiende markten van consumentenproducten waarmee je jezelf en anderen in de gaten kunt houden. Andere populaire producten op de luxe surveillancemarkt zijn fitnesstrackers (Apple Watch, Fitbit), robotstofzuigers (Romo) en Meta's AI-brillen. Stuk voor stuk surveillanceproducten die personen vrijwillig aanschaffen en waarvoor veel geld wordt betaald. Zo kun je voor ruim 800 euro met een AI-bril van Mark Zuckerberg je omgeving filmen en foto's maken en tegelijk vragen stellen aan de ingebouwde AI-assistent, waarbij je in real time informatie krijgt over personen die voorbijlopen. Luxe surveillance verschilt daarmee van klassieke voorbeelden van toezicht, zoals wij die kennen uit de criminologie, van CCTV en bodycams voor politiewerk tot lichaamsscanners op luchthavens. In tegenstelling tot de luxe bellen en brillen worden deze vormen van toezicht extern aan ons opgelegd, door de politie of door private bewakingspartijen. Met luxe surveillance organiseren wij ons eigen toezicht.

Hoewel luxe surveillance voor een steeds grotere groep personen financieel bereikbaar wordt, hangt er nog steeds een stevig prijskaartje aan. Zo kost de goedkoopste variant van de Amazon deurbel in Nederland €99,99. Voor de duurste versie, de videodeurbel Elite, betaal je €399,99 euro. Een premiumabonnement met de meest geavanceerde video- en beveiligingsfuncties is €19,99 per maand en €199,99 per jaar.¹ Dat zijn forse bedragen, maar Nederlandse huishoudens laten zich er niet van weerhouden om hun klassieke deurbel in te ruilen voor de slimme variant van het

1 <https://nl-nl.ring.com/pages/plans#compare-plans-anchor> (Geraadpleegd op 15 mei 2026).

Amerikaanse techbedrijf. Als je de deur uitgaat en de straat doorloopt, neem dan eens een moment om rustig om je heen te kijken. Een van de meest in het oog springende veranderingen in het straatbeeld is de enorme toename van kleine aluminiumkleurige kastjes naast de voordeur die met het internet zijn verbonden, met een belknop en een camera die vastleggen wie er aanbelt en voorbijloopt. Inmiddels heeft een op de zes huishoudens een slimme deurbel, wat gelijkstaat aan 1,6 miljoen Nederlanders.² Bijna de helft van deze slimme deurbellen is de Ring deurbel. Naast de populaire videodeurbellen van Ring worden in Nederland ook de slimme deurbellen Eufy en Google Nest veel verkocht. Ook bij deze merken kun je de beelden van de camera overal bekijken – of je nu thuis bent, op het werk of in het buitenland.

2. AI-infrastructuren van de deurbel

In het artikel 'Why Everyday Life Matters' uit 2015 stelt de Britse socioloog Les Back dat het dagelijks leven ('to what is easily discarded as unimportant') een grotere focus zou moeten krijgen in sociologisch onderzoek. Voortbouwend op het werk naar sociale interacties van Erving Goffman uit de jaren zestig, stelt Back dat op deze manier het kleinste verhaal kan worden verbonden met bredere sociale en economische veranderingen, waardoor publieke kwesties zichtbaar worden die verschoen liggen in de alledaagse aspecten van het leven. In de woorden van Back: 'It makes us take the mundane seriously and ask what is at stake in our daily encounters with neighbours or the people we brush past at the bus stop.' Op de vraag waarom Nederlanders zo geïnteresseerd zijn wie er voor hun voordeur staat, kom ik nog te spreken. Eerst terug naar de Verenigde Staten om het grotere plaatje te begrijpen, van wat Sarah Brayne in *To Predict and Surveil* 'dragnet surveillance' heeft genoemd – een variant op Stanley Cohen's beroemde beeld van een vangnet dat breed wordt uitgegooid en waarvan de mazen steeds strakker worden aange trokken.

Kort na de Ring reclame tijdens de Super Bowl-finale post de democratische senator Ed Markey op X: 'This definitely isn't about dogs – it's about mass surveillance'. In een interview met het online magazine *404 Media* zegt Chris Gilliard, een invloedrijke stem in de Verenigde Staten op het gebied van digitale surveillance, dat de reclame van Amazon Ring 'a clumsy attempt was to put a cuddly face on a rather dystopian reality: widespread networked surveillance by a company that has cozy relationships with law enforcement and other equally invasive surveillance companies'. Door alle kritiek op de reclame haast Ring zich om het Amerikaanse publiek uit te leggen dat de functie 'Search Party' niet kan worden gebruikt om personen met AI te herkennen. Volgens Ring woordvoester Emma Daniels is de gratis optie 'not capable of processing human biometrics' en houdt het bedrijf zich aan alle

2 350.000 daarvan staan ingeschreven bij het beveiligingsregister Camera in Beeld van de Nederlandse politie, waar burgers en bedrijven vrijwillig hun camera's kunnen aanmelden.

privacyregels. Aan het tijdschrift *The Verge* vertelt Daniels: ‘We build the right guardrails, and we’re super transparent about them.’³

Maar de korte geschiedenis van het techbedrijf laat een ander verhaal zien. De Amazon Ring heeft sinds zijn introductie weinig gemeen met de functies van de ouderwetse deurbel. Onder leiding van CEO Jamie Siminoff staat de missie van het bedrijf in het teken van het bestrijden van criminaliteit en zijn schendingen van de privacy eerder regel als uitzondering. In een interview laat Siminoff niets aan de verbeelding over van Ring’s ambities en claimt dat met AI en genoeg camera’s ‘we can get very close to zero out crime. Get much closer to the mission than I ever thought. (...) By the way, I don’t think it’s 10 years away. That’s in 12 to 24 months ... maybe even within a year.’⁴

Een belangrijk onderdeel van Ring’s bedrijfsstrategie is het geven van toegang tot de deurbelbeelden aan opsporingsinstanties als de politie en de immigratiedienst ICE, die rechtstreeks valt onder het gezag van president Trump. Zo werkt Ring intensief samen met politiekorpsen die met de tool ‘Request for Assistance’ beelden van de deurbelcamera’s kunnen opvragen en ontvangen via de Ring Neighbors-app. Zonder opgaaf van reden maakt het bedrijf in 2025 hieraan een einde. Maar de koers van Ring verandert daarmee niet. Kort hierop worden nieuwe plannen naar buiten gebracht om samen te werken met Axon en Flock Safety, bedrijven gespecialiseerd in AI en real time-intelligence die slimme camerasystemen en geautomatiseerde bewakingstechnologie leveren aan politiekorpsen en gegevens uit hun eigen landelijke cameranetwerken delen met ICE. Met als gevolg dat de beelden van een Ringcamera van een willekeurig gezin, in een willekeurige straat en dorp, via data-migraties worden opgenomen in volledig andere infrastructuren, waaronder die van ICE, de snelst groeiende en meest omstreden veiligheidsdienst van de Verenigde Staten.

3. Ondertussen in Rotterdam: digital othering

De enorme toename van het aantal Ring deurbellen in woonwijken en de manier waarop met AI de beelden worden gebruikt, verandert ook hoe bewoners naar zichzelf en anderen kijken. Onderzoek in de Verenigde Staten naar het gebruik van de deurbel en Ring’s Neighbors-app wijst op gevoelens van angst en paranoia onder wijkbewoners. Lauren Bridges spreekt in het artikel ‘Infrastructural obfuscation’ over ‘fear of the Other, and distrust in one’s neighbors’. Rahim Kurwa schrijft dat apps als Neighbor middelen zijn ‘to build a digitally gated community (...) allowing white residents to enhance gentrification or entrench segregation using racial surveillance and policing’. Zo heeft Ring de gezichtsherkenningsfunctie ‘Familiar Faces’ ontwikkeld waarmee personen die in beeld komen, kunnen worden herkend.⁵ De deurbel scant de gezichten van personen die in het blikveld van de camera zijn

3 www.theverge.com/tech/876866/ring-search-party-super-bowl-ad-online-backlash (Geraadpleegd op 15 mei 2026).

4 www.theverge.com/tech/804052/ring-jamie-siminoff-book-ding-dong-release-date-interview (Geraadpleegd op 15 mei 2026).

5 www.eff.org/document/ring-answers-familiar-faces (Geraadpleegd op 15 mei 2026).

en maakt een match met een lijst van vooraf opgeslagen gezichten. Op die manier kan Ring gepersonaliseerde meldingen sturen wanneer een gelabeld gezicht wordt herkend, zoals 'Schoonmaakster is er!' in plaats van 'Persoon gedetecteerd'.

'Familiar Faces' laat goed zien hoe slimme gadgets als de deurbel alledaagse interacties herdefiniëren als surveillancemogelijkheden en daarbij voortdurend nieuwe categorieën en gradaties van verdenking produceren van personen die als 'vreemd', 'out of place' of 'gevaarlijk' worden gelabeld. Je kunt hierbij spreken van wat ik met Joost Jansen 'digital othering' heb genoemd. Deze vorm van othering is breder en dieper dan 'online othering', omdat zij zich niet reduceert tot computers, de online-wereld en sociale media. De digitale logica van 'Familiar Faces' berust namelijk op een manier van weten en spreken die de sociale werkelijkheid reduceert tot archiveerbare en onderling vergelijkbare eenheden. Deze digitale logica voert terug tot de vroege eugenetica en negentiende-eeuwse surveillance-archieven van vingerafdrukken en foto's van personen die in aanraking waren gekomen met de politie en als gevaarlijk werden beschouwd. Twee eeuwen later leidt de Ring deurbel dan tot een radicale omkering. Lang werd elke burger als onschuldig beschouwd; nu is iedereen een potentiële verdachte geworden.

Nederlandse bezitters van de slimme deurbel prijzen het apparaat aan vanwege het gebruikersgemak en het comfort dat het biedt. Dat blijkt uit ons onderzoek in vier Rotterdamse wijken met zowel een hoge (Kralingen en Hillegersberg-Noord) als een lage veiligheidsindex (Oude Noorden en Beverwaard).⁶ Van de ruim zeventig eigenaren geeft een meerderheid aan dat zij de bel vooral hebben aangeschaft vanwege het 'gemak' ervan en pas daarna voor hun 'veiligheid'. Gemak heeft hierbij een sterke fysieke component. Veel van de gesproken bewoners wonen in portiekwoningen van drie of vier verdiepingen hoog en kunnen via de app zien wie er voor de deur staat zonder dat zij naar beneden hoeven te lopen. Een bewoner zegt: 'Overdag maak ik me daar niet zo'n zorgen om, maar in de avond vind ik dat wel fijn.'

Het laatste citaat illustreert dat ook het gevoel van veiligheid belangrijk is voor de eigenaren van de deurbel. Maar veiligheid wordt vooral vertaald in termen van controle. Een illustratief citaat hiervoor is: 'Ik heb een zoontje van dertien. Hij kan wel alleen thuisblijven, maar ik kan nu van een afstand in de gaten houden wie voor de deur staat en of hij opendoet.' Uit de interviews blijkt dat de cameracontrole zich niet beperkt tot het kroost. Een respondent vertelt dat hij met de deurbel in de gaten houdt hoe laat de schoonmaakster binnenkomt en vertrekt. Op die manier, zo legt de eigenaar uit, kan hij controleren of de schoonmaakster wel of niet de uren maakt die zij opgeeft.

4. Gemak dient Amazon; niet de eigenaren

Gemak, of het nu wordt benaderd als een oordeel, zelfstandig fenomeen of kenmerk van een product of dienst, krijgt in criminologische studies nauwelijks tot

6 Het onderzoek is opgezet en uitgevoerd in nauwe samenwerking met Jasper van Heijningen en Nienke Posthumus.

geen aandacht. Surveillance wordt geassocieerd met repressie en controle, wat kan leiden tot een sfeer van angst en het inperken van vrijheden. Maar het Engelse woord voor gemak is ‘convenience’ en dat heeft een interessante geschiedenis. De etymologie hiervan kan worden herleid naar het Latijnse woord ‘convenientia’. Oorspronkelijk betekende dit woord overeenstemming, akkoord, harmonie, conformiteit, geschiktheid of gepastheid. Pas aan het einde van de zeventiende eeuw wordt het gelinkt aan materiële en fysieke vormen van consumptie, aan voorzieningen of tastbare goederen die bijdragen aan persoonlijk comfort en het besparen van moeite.

In antropologische studies wordt gemak benaderd als onderdeel van de *doxa*, de ongeschreven regels en normen die in een samenleving als vanzelfsprekend worden beschouwd. In de bedrijfskunde en marketingstudies staat gemak in het teken van het verbeteren van efficiëntie en effectiviteit doordat het tijdswinst oplevert. Tezamen is gemak dan de impliciete logica die ten grondslag ligt aan de manier waarop ons werk en vrije tijd is georganiseerd. Alles moet makkelijk, snel en zonder fricties verlopen, zo vloeiend mogelijk en zonder onverwachte hobbels. Je zou ook kunnen zeggen dat de samenleving zichzelf en haar problemen begrijpt door de lens van AI en *machine learning*, waarbij onverwachte afwijkingen worden gedetecteerd en processen continue zelfstandig worden verbeterd, met de belofte van meer veiligheid en een hogere efficiëntie. Dit perspectief keert ook terug in de uitspraak van ICE-directeur Todd Lyons dat het massadeportatieproces van zijn immigratiedienst even soepel moet gaan lopen als de gratis en snelle bezorging van miljoenen producten door ‘[Amazon] Prime, but with human beings’.⁷

Wat opvalt aan de manier waarop de Ring deurbel in de praktijk wordt gebruikt, is dat het hierbij gaat om ‘informele surveillance’. Ongepland en onregelmatig toezicht: uit nieuwsgierigheid, op afstand communiceren met de pakketbezorger, controleren van de schoonmaakster, in de gaten houden van je kinderen en burens, of kijken als er op straat lawaai klinkt. Binnen dit geheel aan activiteiten manifesteert zich een opvallende paradox. Amazon Ring prijst de deurbel aan als een product dat leidt tot meer ‘veiligheid, gemak, en een veilig gevoel’. Maar in de praktijk zorgt de deurbel allesbehalve voor rust bij de eigenaren. De deurbel brengt juist een permanent gevoel van alertheid teweeg. Telkens wanneer iemand langsloopt, geeft de videodeurbel een piepsignaal, waardoor de eigenaren voortdurend alert worden gemaakt op mogelijke gevaren in en rond hun huis. Een vrouw die met haar man en kinderen woont in Hillegersberg-Noord en sinds twee jaar een Ring deurbel heeft, verwoordt dit unheimische gevoel als volgt: ‘Het was eigenlijk bedoeld voor een veilig gevoel. Maar nu zie ik soms dingen voor de deur. Zo veilig voel ik me dus niet, nu ik het heb gezien.’

7 <https://azmirror.com/2025/04/08/ice-director-envisions-amazon-like-mass-deportation-system-prime-but-with-human-beings> (Geraadpleegd op 15 mei 2026).

5. In onze zak en om onze pols

In veel wetenschappelijke studies wordt het verband tussen het kleine en het grote verhaal vergeten, maar consumentengoederen als de Ring deurbel raken zowel de individuele leefwereld als grote politieke, economische en culturele veranderingen. Denk in dit geval aan de versplintering van de politiefunctie en de platformisering van surveillance door techbedrijven. Je kunt daarom iets zeggen over de samenleving waarin wij leven wanneer je de groeiende populariteit van de deurbel in buurten onderzoekt en de manier waarop surveillance via allerlei producten normaliseert in het alledaagse bestaan. In een interview in *Sociology* zegt Back: 'I think a sociology of everyday life, the value of it, the ethics of it, the politics of it, can be summarised as that: remarking upon those things that are important, that would otherwise be unremarked upon.' Ongeacht hoe voor de hand liggend het ook mag klinken, we kunnen beginnen met wat wij in huis halen aan AI-apparaten en dagelijks in onze zak en om onze pols dragen, met consumptiegoederen die we voorheen nooit met surveillance associeerden, maar met de belofte van meer veiligheid en gemak de samenleving ingrijpend hebben veranderd.

Literatuur

- Back, L. (2015). Why Everyday Life Matters: Class, Community and Making Life Livable. *Sociology*, 49(5), 820-836.
- Back, L., & Wright, E.J. (2022). Technicolour Eruptions of Light in the Darkness: An Interview with Professor Les Back. *Sociology*, 56(1), 191-203.
- Benjamin, G. (2024). Squeeveillance: Performing Cuteness to Normalise Surveillance Power. *Surveillance & Society*, 22(4), 350-363.
- Brayne, S. (2021). *To Predict and Surveil: Data, Discretion, and the Future of Policing*. Oxford: Oxford University Press.
- Bridges, L. (2021). Infrastructural Obfuscation: Unpacking the Carceral Logics of the Ring Surveillant Assemblage. *Information, Communication & Society*, 24(6), 830-849.
- Calacci, D., Shen, J. & Pentland, A. (2022). The Cop in Your Neighbor's Doorbell: Amazon Ring and the Spread of Participatory Mass Surveillance. *CSCW2400*, 1-47.
- Eski, Y., & Schuilenburg, M. (2022). On Tesla: Balancing Sustainable Car Connectivity, Silent Lethality and Luxury Surveillance. *Criminological Encounters*, 5(1), 234-251.
- Gilliard, C. (2020). Caught in the spotlight. Urban Omnibus. January 9. <https://urbanomnibus.net/2020/01/caught-in-the-spotlight/> (geraadpleegd op 21 maart 2026).
- Gilliard, C. (2022). The Rise of 'Luxury Surveillance'. *The Atlantic*, October 18.
- Gilliard, C., & Golombia D. (2021). Luxury Surveillance: People pay a premium for tracking technologies that get imposed unwillingly on others. *Real Life Magazine*, July 6.
- Guariglia, M. (2019). Amazon's Ring Is a Perfect Storm of Privacy Threats. EFF, August 8. <https://www.eff.org/deeplinks/2019/08/amazons-ring-perfect-storm-privacy-threats> (geraadpleegd op 21 mei 2026).
- Jansen, J., & Schuilenburg, M. (2027). Strange Faces: Digital Othering Through AI Surveillance Tools. In: L. Deschuyteneer et al. (Eds.), *The Criminalization of the Other*, London/New York: Routledge, *forthcoming*.

- Kurwa, R. (2019). Building the Digitally Gated Community: The Case of Nextdoor. *Surveillance & Society*, 17(1/2), 111-117.
- Morris, J. (2021). Surveillance by Amazon: The Warrant Requirement, Tech Exceptionalism, & Ring Security. *Boston University Journal of Science & Technology Law*, 27, 237-269.
- Oka, R. (2021). Introducing an Anthropology of Convenience. *Economic Anthropology*, 8, 188-207.
- Schuilenburg, M. (2nd edition). *Making Surveillance Public: Why You Should Be More Woke About AI and Algorithms*. The Hague, Boom.
- Schuilenburg, M., & Eski, Y. (2025). Data Sharing: A Case-Study of Luxury Surveillance by Tesla. *Surveillance & Society*, 23(2), 199-217.
- Stark, L., & Levy, K. (2018). The Surveillant Consumer. *Media Culture & Society*, 40(8), 1202-1220.
- West, E. (2019). Amazon: Surveillance as a Service. *Surveillance & Society*, 17(1/2), 27-33.