

Samenvatting

‘Licht op de digitale schaduw, verantwoord innoveren met big data’.

Op 5 oktober 2016 verscheen het rapport ‘Licht op de digitale schaduw, verantwoord innoveren met big data’ in opdracht van de minister van Economische Zaken. Een expertgroep verkende hierin de relatie tussen big data en profilering en de bescherming van grondrechten. Daarnaast werkte ze oplossingsrichtingen uit voor het verenigen van twee doeleinden: het benutten van de mogelijkheden van big data enerzijds en het behoud van het vertrouwen van de samenleving in het internet anderzijds.

1. Inleiding

Voorafgaand aan de digitale revolutie moesten wij moeite doen om informatie te genereren, vast te leggen en te bewaren. Nu moeten wij juist moeite doen om geen informatie te genereren, vast te leggen en te bewaren. In deze context spreken we zelfs over “een recht om vergeten te worden”. Big data bieden commerciële en andere kansen - wat beweegt mensen, wat kan ze in beweging brengen? – die alleen benut kunnen worden als er vertrouwen is. De burger weet zijn privacy geborgd door de Wet Bescherming Persoonsgegevens – die invulling geeft aan de Europese Data Protectie Richtlijn. Vanaf 25 mei 2018 wordt deze wet opgevolgd door de Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).

Dit rapport richt zich tot het Nederlandse bedrijfsleven en biedt een perspectief op een vreedzame co-existentie van het gebruik van big data en privacy. Daarnaast geeft het een toegankelijk overzicht van de nieuwe dataproductiewetgeving en concrete voorbeelden van verantwoord innoveren in Big Data. De voorbeelden laten zien dat er al veel mogelijk is. De aanbevelingen beogen innovatie te bespoedigen en consumentenbescherming te versterken en versnellen. Uit gesprekken met bedrijven die data (willen) verwerken blijkt dat onbekendheid met en onzekerheid over de toepassing en implicaties van wettelijke eisen hun parten speelt. De AVG biedt instrumenten die bedrijven hierbij ondersteunen.

Inzet van de aanbevelingen in dit rapport is om het wettelijk kader te gebruiken als springplank naar een verantwoorde omgang met persoonsgegevens: maatschappelijk verantwoord innoveren met big data. Zodoende kunnen de voordelen die besloten liggen in big-datatoepassingen worden gerealiseerd, terwijl de maatschappelijke nadelen worden ondervangen.

2. Big Data

De kracht van Big Data

Big data biedt de mogelijkheid om nieuwe verbanden te ontdekken, processen slimmer in te richten en te optimaliseren. Gerichte inzet van big data kan bijdragen aan het verbeteren van de zorg, het terugdringen van het energiegebruik en het beheersen van mobiliteit. Maar ook commerciële partijen maken dankbaar gebruik van de mogelijkheden. De hoeveelheid gegevens die via observatie (cookies, sensoren) wordt verkregen overtreft inmiddels de hoeveelheid data die direct van individuen afkomstig is (Facebook, online-formulieren.) De kracht van ‘big data’ zit echter niet zozeer in de omvang, de variatie en de snelle doorlooptijd maar veeleer in de inzichten die uit deze data te halen zijn door geavanceerde (gedrags-)modellen en technieken. Zo blijken tien ‘likes’ op Facebook

de betreffende persoon beter te karakteriseren dan zijn of haar collega's dat kunnen. W. Youyou, M. Kosinski and D. Stillwella 2014, p.3

Big data, Big Business.

Het aantal Big Data bedrijven groeit als kool. De grote spelers in deze nieuwe economische sector zoals Google en Facebook begeven zich snel concurrerend op vele data-intensieve gebieden. Zo oriënteren deze internationale datagiganten zich op nieuwe markten in de gezondheidszorg, energie en verkeer en vervoer. Daarnaast ontstaan gespecialiseerde bedrijven die zich toeleggen op aanvullende dienstverlening. Bijvoorbeeld de Onafhankelijke Diensten Aanbieder (ODA) die consumenten inzicht geeft in energieverbruik en energiebesparing, zonder zelf energie te verhandelen. Een ander voorbeeld vormen Fintech bedrijven, die consumenten nieuwe vormen van financiële dienstverlening aanbieden op basis van data en geavanceerde digitale technologie. Al deze partijen zijn continu bezig met de ontwikkeling van nieuwe diensten met behulp van big data die hun portfolio verbreden en de consumenten en andere partijen in de ketens waarin zij opereren bedienen.

Marktimperfecties

Big Data zorgt voor schuivende marktverhoudingen. In een recent onderzoek constateert de OECD dat er sprake is van een disruptieve ontwikkeling met verre gaande consequenties voor marktordening en marktverhoudingen. De te verwachten productiviteitsgroei door data driven innovations is groot en vraagt om doordacht beleid om mogelijk ongewenste gevolgen het hoofd te bieden. Zo ontstaan er diverse vormen van marktimperfecties:

- 1-informatie-asymmetrie: de verkoper heeft een informatievoorsprong op de koper en benut dit voordeel in de diensten die ze aanbiedt.
- 2-netwerkeffect: een eenmaal verkregen positie maakt het voor andere partijen moeilijker om op dezelfde markt actief te worden.
- 3-eenmaal verzamelde gegevens worden in andere domeinen hergebruikt, verrijkt met andere data en opnieuw onderworpen aan analyse. Hierdoor ontstaat een fundamenteel andere ordening van bedrijfsmatige activiteiten. In het gebruik van de resulterende profielen uit data-analyses is het van belang om na te gaan hoe 'fair' de resultaten zijn.

3. Vertrouwen en privacy

Prioriteiten

Onderzoek naar het vertrouwen van consumenten levert inzicht in wat zij belangrijk vinden.

- de mogelijkheid om te controleren wie wat met hun gegevens doet.
- soms een beperkt vertrouwen in een dienst (vooral bij social media) maar tegelijk de dwang om deze diensten te gebruiken ('peer pressure').
- ondernemen van zelf beschermende acties, maar de effectiviteit moeilijk in kunnen schatten.
- bedrijven verdienen geld aan gegevens die zij voor hun gevoel gratis verstrekt hebben.

Een recente studie concludeert dat het overgrote deel van de consumenten (89%) vindt dat het bedrijfsleven het meest profiteert van de data-economie. Overigens vindt twee-derde deel van de respondenten dat het delen van persoonsgegevens bij de huidige tijd past. Transparantie (motieven), context (welke gegevens worden in welke situatie gevraagd) en een veilige omgang met gegevens zijn volgens het onderzoek essentieel voor de bereidheid bij de consument om data te delen.

Kwetsbaarheid

Consumenten worden in toenemende mate transparant – en dus kwetsbaarder – terwijl de verzameling en verwerking van data zelf weinig transparant zijn. Zo kan een consument bepaalde producten of diensten niet of tegen andere voorwaarden aangeboden krijgen. Of worden consumenten op basis van bepaalde kenmerken ingedeeld bij een groep (in een hokje geplaatst). Ze kunnen zich hieraan ergeren of zich aangetast voelen in hun waardigheid. Dat kan ook bij een passend aanbod, omdat het bijvoorbeeld is gebaseerd op zeer persoonlijke of intieme details. De consumenten ervaren dit dan als een inbreuk op hun privacy.

Vertrouwen

Bedrijven kunnen investeren in het vergroten van het vertrouwen van de consument. Het betreft hier *confidence* (competentie en juiste verwachtingen) en *trust* (niet alleen eigen belang, intentie, basiswaarden bedrijf.) Waarborgen voor deze verantwoorde omgang zijn overigens voor een belangrijk deel vastgelegd in het wettelijk kader.

4. Het wettelijk kader

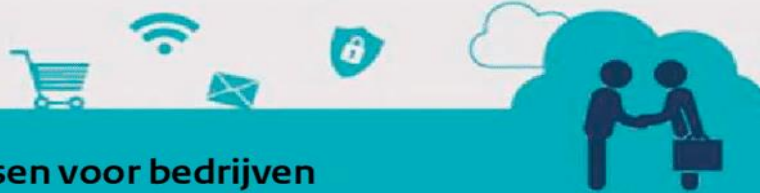
De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is in april 2016 door het Europese Parlement en de Raad aangenomen en is vanaf 25 mei 2018 van kracht. De AVG beoogt het vrije verkeer van persoonsgegevens te bevorderen en daarmee innovatie en dienstverlening, tegen een adequaat beschermingsniveau. De AVG heeft het karakter van een verordening waardoor deze rechtstreekse werking in de lidstaten heeft en bestaande nationale privacywetgeving grotendeels zal vervangen. Wel is er enige ruimte voor een nationale benadering. De AVG beoogt voorspelbaarheid en transparantie rond het verkeer van persoonsgegevens.

Europese gegevensbescherming in het digitale tijdperk



Betere bescherming van persoonsgegevens

Duidelijke toestemming nodig voor gegevensverwerking	Meer en duidelijker informatie over verwerking	Recht op overdracht van gegevens naar andere dienstverlener
Beperkt gebruik van automatische gegevensverwerking om beslissingen te nemen, bijvoorbeeld bij profilering	Recht op corrigeren en verwijderen van gegevens, o.a. "recht te worden vergeten" voor gegevens uit kindertijd	Gemakkelijker toegang tot persoonsgegevens
Recht op kennisgeving bij gecompromitteerde gegevens	Strengere waarborgen voor overdracht van persoonsgegevens buiten EU	



Meer kansen voor bedrijven

Gelijk speelveld voor alle EU- en niet-EU-bedrijven die goederen en diensten aanbieden aan personen in de EU	Één reeks regels voor de hele EU	Bedrijven (vooral midden- en kleinbedrijf) kunnen digitale eengemaakte markt maximaal benutten	Risicogebaseerde benadering: verplichtingen van verantwoordelijken voor verwerking afgestemd op risico-niveau van verwerking
--	----------------------------------	--	--

Consequenter toepassing en effectieve handhaving



- Individuen en bedrijven kunnen zaken laten behandelen door gegevensbeschermingsautoriteit en rechtbank in hun nabijheid
- Concept "één-loket" voor personen en bedrijven in grensoverschrijdende zaken dankzij samenwerking nationale autoriteiten

Boetes tot € 20 miljoen **OF** 4% van de totale jaaromzet

4.2 Spanning tussen de AVG en big data

Bedrijven ervaren onzekerheid in wat wel en niet is toegestaan. Er is behoefte aan ondersteuning en duiding op het gebied van de verantwoorde omgang met persoonsgegevens. Soms is er spanning tussen de praktijk en wat de wet voorschrijft. Dat is niet te vermijden in een veld dat zo snel in ontwikkeling is als dat van de big data.

Een veel voorkomend praktijkprobleem is: helder zijn over het doel waartoe de gegevensverwerking dient. Dit blijkt met name lastig in de fase van hergebruik van al dan niet geaggregeerde en verrijkte gegevens. Dit door de vele spelers, onbepaalde dynamiek, de enorme hoeveelheid verzamelde gegevens, de hoge omloopsnelheid en de verzameling van gegevens uit meer bronnen. Vaak worden gegevens ook voor meerdere doelen gebruikt; het is dan van belang dat deze doelen verenigbaar zijn. Anders dient eerst een nieuw doel gespecificeerd te worden ('Select before you collect')

AVG

vereist een doel en een rechtmatige grondslag (toestemming betrokkene). Daarnaast dient een gegevens verwerkende partij rekening te houden met noodzakelijkheid (zijn de gegevens nodig voor dit doel?), proportionaliteit (niet meer gegevens dan nodig) en subsidiariteit (lichtste vorm van verwerking, minste impact op betrokkene). Verder stelt de AVG voorwaarden aan geautomatiseerde verwerking van gegevens (transparantie), gezien de ontwikkelingen rond kunstmatige intelligentie en zelflerende systemen. Op dit moment bestaat er onvoldoende kennis over de 'bijwerkingen' en dat mag niet leiden tot ongewilde vormen van discriminatie, stigmatisering, uitsluiting en onheuse behandeling.

Rechten betrokkene

- Recht van inzage, rectificatie, beperking van verwerking en verzet (ook al in dataproductierichtlijn)
- Recht op elektronische kopie persoonsgegevens, recht op vergetelheid, recht op dataportabiliteit (nieuw in AVG)

Plichten verwerkingsverantwoordelijke

- Rechten van betrokkenen mogelijk maken, goede borging persoonsgegevens (ook in dataproductierichtlijn.)
- Aantonen passende maatregelen bescherming, gegevensbeschermingseffectbeoordeling (nieuw in AVG)

N.B.

Bij overtredingen zijn sancties mogelijk tot 20 miljoen euro of 4% van de wereldwijde omzet. Naast de AVG zijn er ook andere wettelijk kaders zoals de ePrivacyrichtlijn (in Nederland uitgewerkt in de Telecommunicatiewet).

5 Maatschappelijk verantwoord innoveren

Gerechtigd vertrouwen van consumenten in de goede bedoelingen en motieven van bedrijven (trust) is een essentiële factor om big data breed ingang te laten vinden. De big-datarevolutie maakt dat dit geen gemakkelijke opgave is. Het is voor bedrijven een constante uitdaging om te overzien aan welke wettelijke bepalingen moet worden voldaan en hoe, terwijl men tegelijkertijd kansrijke nieuwe initiatieven probeert te ontplooiën. Mede omdat de branche nog zo jong is, is vertrouwen en transparantie essentieel en lastig tegelijk. Het vertrouwen van de klant wordt verkregen op basis van verantwoorde innovaties met big data. Deze innovaties bestaan in het benutten van de nieuwe

mogelijkheden van big data met in achtneming van belangrijke ethische overwegingen en juridische eisen, gevormd door het wettelijk kader.

6 Oplossingsrichtingen

In de verantwoorde omgang met persoonsgegevens ligt ook vaak de sleutel voor verantwoorde big-datatoepassingen besloten. Een groot deel van de maatregelen wordt genoemd in de AVG en heeft een verplichtend karakter, met enige speelruimte. Door deze speelruimte op een privacy-respecterende manier in te vullen kunnen bedrijven werken aan vergroting en borging van het consumentenvertrouwen.

Er zijn maatregelen die het bedrijf zelf kan treffen, maatregelen die bedrijfstakken, branche- en koepelorganisaties kunnen treffen en maatregelen die derde partijen kunnen treffen.

Maatregelen die het bedrijf zelf kan treffen

- Dataproductie Impact Assessment (risico's inschatten en ondervangen, quickscan)
- Data protectie by design and default (beveiliging data, versleuteling, toegangsbeheer)
- Data Protectie Officer (aanstellen, inschakelen)
- Certificering
- Privacy champions (aanspreekpunten binnen verschillende afdelingen van de DPO)
- Klantenpanels

Maatregelen die branche- en koepelorganisaties kunnen treffen

- Gedragscodes (disciplinerend en sturend, intern gericht)
- Keurmerken en waarborgen (borgt kwaliteit en ondervangt zorgen consument, meer op consument gericht)
- Strategie en beleid (beleidsdocumenten, white papers, green papers)
- Ronde tafel sessies (verschillende partijen in zelfde branche om tafel)

Maatregelen die derde partijen kunnen treffen

- Advisering (consultancybedrijven)
- Beleidsregels (Autoriteit Persoonsgegevens, o.a. belast me naleven AVG)
- Regulatory sandbox (uitleg toezichthouder, speelruimte, formele toezegging)
- Privacy policy generator
- Opleiding DPO
- Onderzoek kennisinstellingen (nationaal en Europees)

7 Aanbevelingen

Aanbevelingen aan bedrijven

Bedrijven kunnen investeren (en zich hiermee onderscheiden) in een verantwoorde omgang met persoonsgegevens. Dit leidt tot een vertrouwenwekkend profiel, waardoor privacy niet meer alleen als 'dissatisfier' bekend komt te staan. Het professionaliteitsniveau van een bedrijf kan afgemeten worden aan het Privacy Maturity Model. Verder beveelt de expertgroep bedrijven aan:

- benut de Data Protectie Impact Assessment
- pseudonimiseer en versleutel, dataproductie by design and default, design patterns
- DPO, privacystrategie met directie en Raad van Bestuur.
- betrek derde partijen

-investeer in transparantie voor de consument.

Aanbevelingen voor branche- en koepelorganisaties

- Stimuleer de ontwikkeling van gedragscodes (level playing field)
- Stimuleer het exploreren van nieuwe ontwikkelingen in dialogen
- Creëer awareness bij bedrijven in de branche (Big data hoog op de agenda)

Aanbevelingen voor derde partijen

Toezichthouders en ministeries spelen een speciale rol in de innovatie rond big-datatoepassingen. Toezichthouders hebben een wettelijke taak tot toezicht, en agenderen wettelijke kwesties in de daartoe bestemde organen. Ministeries houden oog op mogelijk optredende marktimperfecties en kunnen stimulerende maatregelen uitvaardigen om blokkades weg te nemen.

-Verbeter de organisatie van het toezicht

1. Investeer in capaciteit bij de toezichthouders om al tijdens het innovatieproces mee te kunnen denken en richting te kunnen geven aan de invulling van de kaders bij big-datatoepassingen.
2. Intensiveer overleg met branche- en koepelorganisaties om ook het MKB te bereiken met algemene kennis over de wet.
3. Onderzoek mogelijkheden tot een regulatory sandbox (zoals in U.K.): speelruimte voor nieuwe datatoepassingen onderzoeken.
4. Onderzoek nauwkeurig de verdeling van verantwoordelijkheden rond het toezicht op de opvolger van de ePrivacyrichtlijn. Communiceer de verdeling breed via branche- en koepelorganisaties

-Maak consumenten bewust van de veranderingen die gaande zijn en hun rol daarin.

Dit kan via een campagne van het ministerie van Economische Zaken of voortbouwend op de website veiliginterneBen.nl.

-Investeer in kennisopbouw over de impact van big data op burgerrechten (speciaal onderzoeksprogramma , zoals in U.K.)

Silvester de Ruig, april 2016