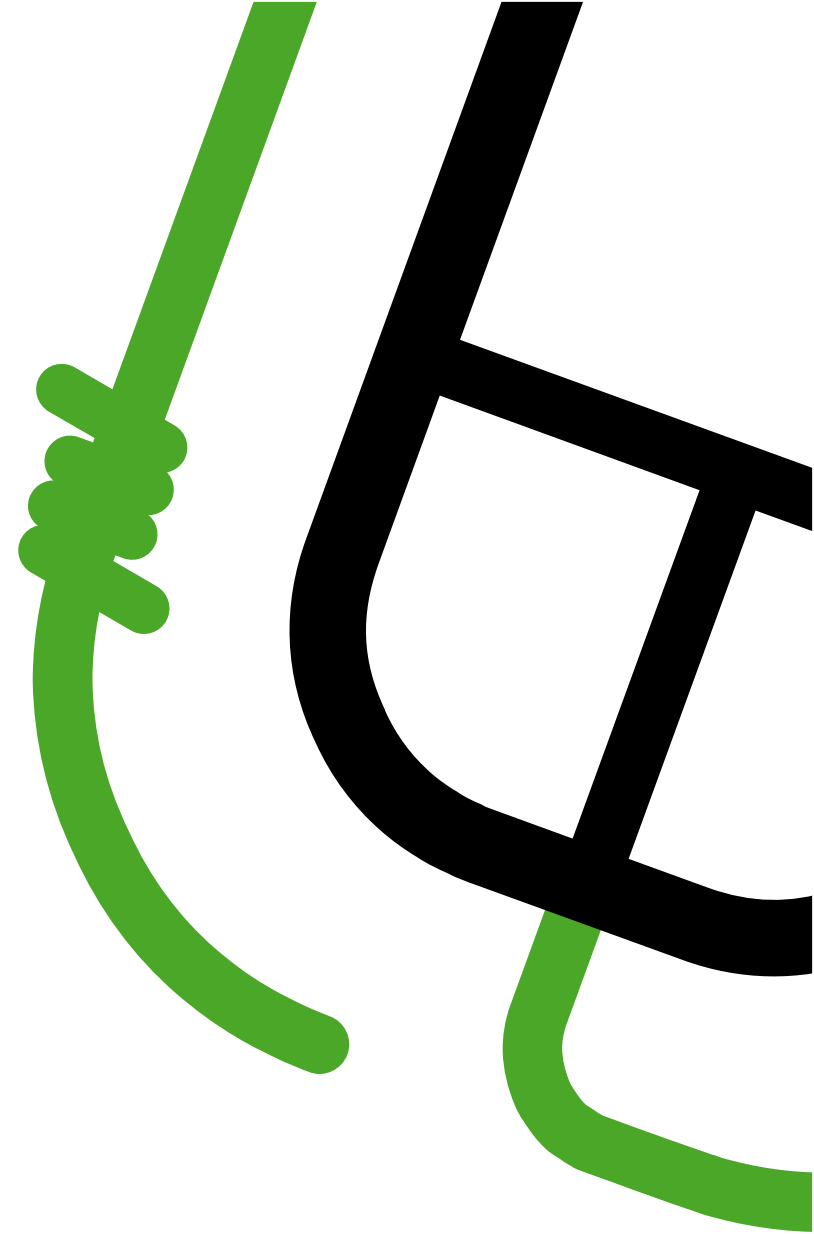


DE LOBBY- TOMIE



Een kijkje achter de lobby-schermen – Floris Kreiken

18 feb 2016





De nieuwe Europese privacywet is het meest belobbiede stuk wetgeving in Europa tot dusver, omdat het onderwerp zo belangrijk is en zo'n beetje elk deel van ons dagelijks leven raakt. Daarom hebben wij om openbaarmaking gevraagd van alle lobbydocumenten die de Nederlandse regering ontving over deze wet. Deze documenten hebben we op onze website gepubliceerd en geanalyseerd. De analyse presenteren we in dit rapport. Wie lobbyen? Wat willen ze? Wat betekent dat voor jou?

INHOUD

- 01. De lobby-tomie**
- 02. waar ging het over?**
- 03. wie zijn aan het lobbyen?**
- 04. innovatie is the magic word**
- 05. juridische hulp of politieke keuzes?**
- 06. not in my backyard**
- 07. Niet alle wegen leiden naar privacy**
- 08. Fraudebestrijding! The other magic word**
- 09. Lessen van de lobby. wat doet Nederland?**



Bits Of freedom. Komt op voor jouw vrijheid en privacy op internet. Deze grondrechten zijn onmisbaar voor je ontwikkeling, voor technologische innovatie en voor de rechtsstaat. Maar die vrijheid is niet vanzelfsprekend. Je gegevens worden opgeslagen en geanalyseerd. Je internetverkeer wordt afgeknepen en geblokkeerd. Bits of Freedom zorgt ervoor dat jouw internet jouw zaak blijft.

Stichting Bits of Freedom
Postbus 10746
1001 ES Amsterdam
+31 6 4499 5711

info@bof.nl

01. DE LOBBY-TOMIE

De nieuwe Europese privacywet is het meest belobbiede stuk wetgeving in Europa tot dusver, omdat het onderwerp zo belangrijk is en zo'n beetje elk deel

Wie lobbyen? Wat willen ze? Wat betekent dat voor jou?

van ons dagelijks leven raakt. Daarom hebben wij om openbaarmaking gevraagd van alle lobbydocumenten die de Nederlandse regering ontving over deze wet. Deze documenten hebben we op de website van Bits of Freedom gepubliceerd met onze analyse in een serie blogs.¹ Wie lobbyen? Wat willen ze? Wat betekent dat voor jou? Ten behoeve van de leesbaarheid brengen we nu die blogs in rapportvorm uit,

De Europese privacywet is huge

Informatie staat centraal in onze samenleving. Bij bijna alles wat je doet laat je informatie achter die aan

jou gerelateerd is: persoonsgegevens. Daarnaast werkt bijna elke bedrijfstak en organisatie met informatie en zijn dat vaak persoonsgegevens. Verdergaande digitalisering maakt dat alleen maar meer. Dat maakt regels over het verwerken van persoonsgegevens zo ontzettend belangrijk.

In Brussel wordt al jaren onderhandeld over een nieuwe privacywet, die alle nationale privacywetgeving moet gaan vervangen en jou beter moet beschermen.² Het zal dan ook niet verbazen hoe belangrijk en groots die wet is. De 201 pagina's tellende wet raakt miljoenen mensen en allerlei bedrijven en organisaties.

Voer voor lobbyisten

De wet is dus ook een feestmaal voor lobbyisten. Al voordat de Commissie de wet begin 2012 voorstelde,³ pleegden Amerikaanse bedrijven al lobbytelefoontjes⁴ naar Commissiemedewerkers en werd via andere kanalen al druk gezet.⁵ Toenmalig Eurocommissaris Reding noemde het de meest agressieve lobby die ze ooit had meegemaakt.⁶

Daarna werd het Europees Parlement bedolven onder het grootste lobbyoffensief in haar politieke geschiedenis.⁷ De website lobbyplag (een initiatief van

oa Europe v. Facebook) liet zien dat amendementen van Amerikaanse lobbyisten soms woord voor woord werden overgenomen.⁸ Daarnaast waren er 'astroturf' groepen actief: organisaties die claimden door burgers te zijn opgezet, maar eigenlijk waren opgericht door het bedrijfsleven, zoals de European Privacy Association (naar verluid verbonden aan Google, Microsoft en Yahoo – zie bijvoorbeeld een fragment van Reporter Radio over de lobby in Brussel).⁹ Toch kwamen de Europarlementariërs met wijzigingen die de burger op sommige plekken meer bescherming boden.¹⁰

Helaas gingen de regeringsvertegenwoordigers met de wet aan de haal, en bleef er minder van die bescherming over.¹¹ Met name in de context van big data en profilering werd de burger in de steek gelaten.¹²

De lobby-WOB

Wij waren erg benieuwd naar het lobbyoffensief bij de regeringsvertegenwoordigers. Dus dienden we een WOB-verzoek in, en vroegen wij om alle lobbydocumenten over dit onderwerp bij het ministerie van Economische Zaken, Veiligheid en Justitie en de permanente vertegenwoordiging van Nederland in



Europa (die namens Nederland onderhandelen). Deze worden in de tekst aangeduid met EZ, V&J en PV NL.

De Lobby-tomie

Deze documenten zijn door de overheid aan ons openbaar gemaakt, dus hebben we ze graag gepubliceerd op onze site.¹³ Ze laten zien wat voor partijen hebben geprobeerd de Nederlandse overheid te overtuigen en wat hun posities zijn. In dit rapport zullen wij een inkijk geven. Wat voor partijen zijn dit? Wat zijn de belangrijkste thema's die terugkomen? Wat voor soort argumenten wordt gebruikt?

Op die manier proberen wij een beeld te geven van de lobby achter de schermen. Daarbij kunnen we natuurlijk niet alles meenemen. We weten bijvoorbeeld niet wat voor telefoontjes worden gepleegd en wat men in de wandelgangen allemaal zegt. Het gaat alleen om lobbydocumenten, waar soms ook mails tussen zitten. We nodigen je graag uit om mee te lezen.

Het vervolg

Hierna volgt een serie hoofdstukken die voorheen gepubliceerd zijn als blogs. In die hoofdstukken zullen we af en toe verwijzen naar stukken die in de database op onze website staan (we noemen in de noot ook de



Afbeelding gebaseerd op [Art Magnified](#) van [Theen Moy](#) (licentie: [CC BY-NC-SA 2.0](#))



URL zodat je het terug kan lezen). In die database staat een lijst met alle lobbyende partijen en de documenten die zij gestuurd hebben.¹⁴

02. WAAR GING HET OVER?

Hoe denken bedrijven nou écht over privacybescherming? Publiekelijk vindt iedereen privacy natuurlijk belangrijk, maar vinden ze dat achter de schermen ook? Wat waren de hete hangijzers tijdens de lobby en ging men overwegend goed om met privacybescherming?

Men wil minder databescherming

Als we de lobbybrieven lezen valt op dat er helaas maar drie (van de meer dan honderdvijftig) brieven voor méér databescherming zijn. Daarvan zijn er twee van ons. Één is van de Europese consumentenbond. Dat is alvast weinig.

Een derde van de brieven hebben wij als uitgesproken slecht voor databescherming beoordeeld. Dat betekent in dit geval dat organisaties minder verplichtingen willen, en meer verwerking mogelijk of makkelijker willen maken.

Natuurlijk is bijna tweehonderd lobbydocumenten beoordelen op hun inhoud geen exacte wetenschap. Veel preciezer vast stellen dan “meer” of “minder” databescherming wordt het helaas niet. Toch ontstaat in grote lijnen een zorgelijk beeld. Hoe zit het met de meer specifieke bepalingen?

Hete hangijzers

Verreweg het meest werd gelobbyd over de verplichtingen voor verantwoordelijke en verwerker. Met andere woorden: wat moeten bedrijven en organisaties allemaal doen om te zorgen dat ze gegevens op een zo veilige manier verwerken? De nieuwe wet bepaalt bijvoorbeeld dat grote bedrijven en organisaties in de publieke sector een ‘data protection officer’ (‘een functionaris voor de gegevensbescherming’) moeten hebben. Deze persoon zorgt dat het bedrijf zich aan de privacywet houdt, controleert de gegevensverwerking en is een contactpunt voor de privacytoezichthouder. Veel bedrijven geven echter aan dat ze dat een dure verplichting vinden. Thuiswinkel geeft in een brief aan V&J bijvoorbeeld aan dat zij de kosten “niet te overzien” vindt.¹⁵ De Europese horeca zegt in een email aan de PV dat het duur is en dat het alternatief, interne medewerkers het te laten doen, slechte

bescherming biedt.¹⁶ Zij zijn er niet blij mee.

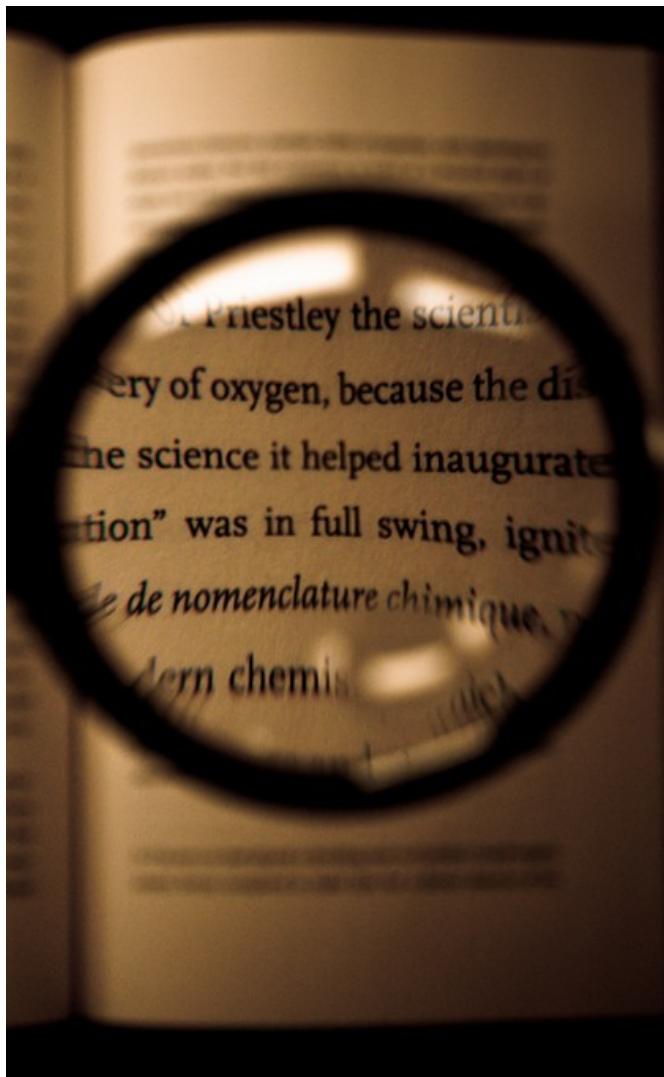
Vervelende verplichtingen

Van alles werd het meest gelobbyd op de verplichting om een ‘privacyeffectbeoordeling’ te doen voordat je aan gevoelige gegevensverwerking begint. Dan ga je dus van te voren kijken wat de risico’s zijn en hoe je die het beste kan indammen. Niet iedereen is daar blij mee. De hotelbranche zegt bijvoorbeeld dat je zelf wel moet kunnen bepalen of je zo’n assessment wilt doen. Banken sturen in een mail aan de PV dat ze er ook niet blij mee zijn.¹⁷ Ook Digital Europe (een organisatie die digitale bedrijven vertegenwoordigt) geeft in een email aan de PV aan het “problematisch” te vinden.¹⁸

De teneur is in de lobbybrieven dat bedrijven toch liever zelf bepalen of ze aan die verplichtingen willen voldoen of liever gewoon minder verplichtingen zien. Daarnaast wordt gevraagd om rekening te houden met de risico’s van de gegevensverwerking. Daarover meer in een later hoofdstuk.

‘Grondslagen voor verwerking’

Daarna is er het meest gelobbyd over wanneer je nou gegevens mag opslaan en verwerken en wie dat mag doen: de grondslagen. Reclamebedrijven, verzekeraars, banken, media: iedereen vindt dat het



Afbeelding gebaseerd op [Magnified \(8/365\)](#) van [Jake Bouma](#)
(licentie: [CC BY-NC-SA 2.0](#))

makkelijker moet kunnen. In een email aan V&J zegt de Nederlandse Uitgeversbond bijvoorbeeld dat je als derde partij gewoon gegevens moet kunnen gebruiken voor een ander doel dan waar ze voor verzameld zijn, als je daar een gerechtvaardigd belang bij hebt.¹⁹ Dat is een kwalijke ondermijning van de rest van de verordening: hoe kan je er als burger nog van op aan dat je gegevens beschermd zijn als je niet weet wie er als derde partij voor een ander doel gewoon met die gegevens vandoor kan gaan?

Definities

Er is verder veel gelobbyd over definities. Wat is persoonlijke data? Wat valt er allemaal onder de wet? In het begin van de wet wordt bepaald waar het allemaal over gaat en wat elk woord betekent. Zo werkt dat in juristenland. Je kan dus als lobbyist veel invloed hebben door bepaalde woorden op een bepaalde manier uit te leggen. Veel partijen willen bijvoorbeeld het woord 'uitdrukkelijk' in hun voordeel uitleggen. Dat verbaast niet, omdat de wet soms zegt dat voor bepaalde vormen van gegevens verwerking 'uitdrukkelijke toestemming' nodig is. Tele2 stelt in een email aan de PV bijvoorbeeld dat voor toestemming niet per se een positieve actie nodig is of een statement (met andere woorden: door surfen in

plaats van aanklikken geef je toestemming).²⁰

03. WIE ZIJN AAN HET LOBBYEN?

Wist jij dat er 340.000 tandartsen zijn in Europa? En dat zij ook lobbyen over privacy? Wie nog meer? Hoe smeden partijen coalities om te overtuigen? Wat heeft de burgemeester van Amsterdam in Brussel te zoeken? In dit hoofdstuk over de privacylobby gaan we het over de partijen hebben.

Autoriteit en representativiteit

Goed. Er zijn dus 340.000 tandartsen in Europa.²¹ Daarnaast zijn er nog eens 73 joodse genealogische verenigingen met zo'n 10.000 leden.²² Ook valt in een email aan V&J te lezen dat Inretail optreedt namens 6.000 winkeliers en 16.000 winkels in de "non-food."²³ Daarmee bedoelen ze "wonen en mode, schoenen en sport."

Dat zijn niet zo maar feitjes natuurlijk. Deze "number-dropping" heeft een functie: het claimen van autoriteit en representativiteit om beleidsmakers te overtuigen. Dat wordt dan ook veel gedaan door partijen om het belang van hun positie en argumenten te onderstrepen. In Brussel werkt dat nog beter: er zijn veel organisaties die op Europees vlak namens een

gehele branche kunnen spreken. Insurance Europe treedt bijvoorbeeld op namens de verzekeringsbranche.²⁴

Toegang

Het maakt ook toegang makkelijker. Je hoeft namelijk niet meer met vijf verschillende techbedrijven aan te kloppen bij die beleidsmakers, maar laat dat één vertegenwoordiger doen die de beleidsmaker inmiddels ook goed kent omdat hij vaker over de vloer komt. Daarom kiezen veel partijen ervoor om zich te laten vertegenwoordigen door een lokale consultant bijvoorbeeld.

Neem de Cicero Group bijvoorbeeld.²⁵ Zij handelen namens TheCityUK (de Londonse bankensector), eBay, Fujitsu, en anderen. Of CabinetDN. Zij volgen het dossier “namens een aantal cliënten in de digitale sector,”²⁶ waar ook Intel bij hoort.²⁷

De kracht van coalities

Nog beter is als je met een gehele coalitie kan spreken. Je zegt dan eigenlijk: deze punten zijn zo belangrijk, dat partijen uit alle sectoren dit ondersteunen. Als je daar als beleidsmaker niet in meegaat, lijk je geen rekening te houden met belangrijke sectoren.



Afbeelding gebaseerd op [Hombre invisible teléfono](#) van [Pablo Manzano Sandín](#) (licentie: [CC BY-NC-SA 2.0](#))

Daarom lanceren partijen coalities. Zie de email van Ericsson aan de PV bijvoorbeeld,²⁸ die het heugelijke nieuws in de lobbybrief meldt. Er is een nieuwe coalitie gestart van verschillende bedrijven uit verschillende sectoren. En die coalitie is belangrijk. “With an aggregated turnover of over € 100 billion and some 520,000 employees worldwide, the Coalition members’ considerable presence allows them to bring growth, progress and jobs to the EU’s economy.”

Een veel lobbyende club is de ‘Industry Coalition for Data Protection.’²⁹ Hoewel de naam anders suggereert zijn ze niet echt vóór privacybescherming. Leden zijn bijvoorbeeld adverteerders, Europese Internetproviders, mediabedrijven en de ‘Chamber of Commerce’, een Amerikaanse lobbyorganisatie.

Opvallende partijen

Één ding valt op als je zo naar de lobbyende partijen kijkt. Google, Microsoft en Facebook staan er niet bij. Zijn ze dus niet aan het lobbyen? Nou, dat zeker wel. Dit zijn natuurlijk alleen brieven. En er zijn allerlei clubs die ook voor hun belang opkomen. Zoals de European American Business Coalition (ook daar zit de American Chamber of Commerce³⁰ en TechAmerica (“European high tech companies with

American Parentage.”)³¹

Daarnaast zit er een aantal opvallende partijen wél tussen. Speelgoedmakers bijvoorbeeld,³² het land Polen³³ en de burgemeester van Amsterdam.³⁴ Laatstgenoemde heeft in een brief aan V&J kritische vragen gesteld namens de gemeentelijke archiefinstellingen.

Vaste klant

Maar wie komen nou het vaakst over de vloer? Dat is zonder twijfel VNO-NCW, de vertegenwoordiger van het Nederlandse bedrijfsleven. Ze sturen alleen al bijna een tiende van de brieven.

Discussie achter de schermen

Het is duidelijk dat er veel contact is tussen bedrijfsleven en overheid en dat er discussies worden gevoerd achter de schermen. Dat is op zichzelf ook belangrijk, maar daar vertellen we in een later hoofdstuk meer over.

04. INNOVATIE IS THE MAGIC WORD

Als er één woord is dat in het huidige politieke klimaat overtuigt is het wel “innovatie.” Lobbyen draait om het overtuigen van beleidsmakers voor jouw belang. Maar

is innovatie wel een goed argument?

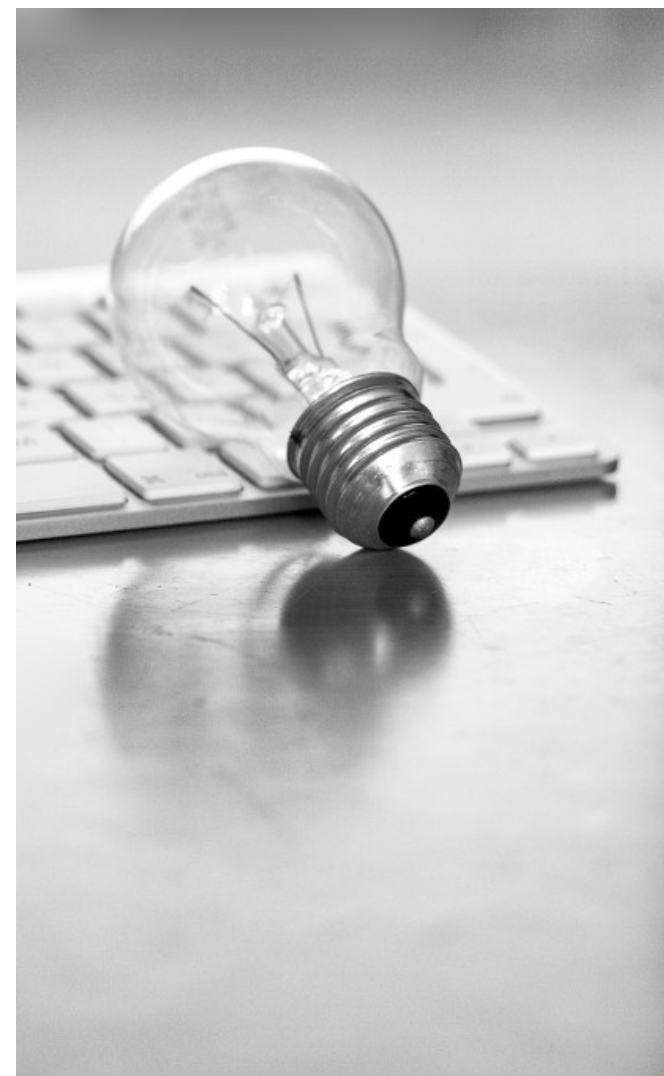
Waarom innovatie?

Waarom zou innovatie nu zo veel gebruikt worden? In de eerste plaats omdat partijen er zelf heilig van overtuigd lijken dat de beleidsvoorstellen waarmee zij komen gaan leiden tot ‘innovatie.’ Daarnaast is innovatie hip. Maar het is ook leeg. Zoals professor Neil Richards wel eens zegt: je kan het woord net zo goed veranderen voor het woord “magic” en de inhoudelijke strekking blijft hetzelfde.³⁵

Dus innovatie!

Partijen slaan hier op aan en het woord komt vaak terug. Bijvoorbeeld door VNO-NCW,³⁶ de werkgeversorganisatie. Zij stellen dat er minder verplichtingen op het bedrijfsleven moeten worden gelegd. VNO-NCW is sowieso van het innovatie-argument. In een brief aan V&J poneren zij bijvoorbeeld: “innovatie wordt belemmerd” als kop en als feit.³⁷ Met daaronder:

“Diverse strikte voorschriften in de wet beperken allerlei innovatieve nieuwe toepassingen. Mogelijkheden die soms nog niet eens bedacht zijn. Bijvoorbeeld toepassingen met ‘big data’ en het ‘internet of things’.”



Afbeelding gebaseerd op [Spirit of Innovation](#) van [Daniel Foster](#) (licentie: [CC BY-NC-SA 2.0](#))



Mogelijkheden die soms nog niet eens bedacht zijn!
Magic!

“Met ‘big data’ werd eerder uit zoekgedrag van consumenten op een specifieke plek afgeleid dat daar een griepepidemie zou plaatsvinden, nog voordat de betrokken personen überhaupt een dokter hadden gezien. De voorstellen blokkeren deze toepassing de facto.”

Hoe dat blokkeren de facto gebeurt staat er niet bij. Interessant is ook dat Google Flu Trends, waar het hier over gaat, juist heftig is bekritiseerd omdat het niet erg accuraat was.³⁸ Daarnaast suggereren sommigen dat flu trends naar de achtergrond verdwijnt omdat het niet genoeg opleverde. Een academica noemt het een voorbeeld van big data “hubris” (hoogmoed).³⁹

De brief gaat verder:

“Ook het ‘internet of things’, waarbij steeds meer gebruiksvoorwerpen (hartslagmeters, auto’s, koffiezetapparaten, etc.) met het Internet verbonden zijn en gegevens uitwisselen, wordt belemmerd. De vereisten van expliciete toestemming en van zichtbare uniforme informatie zijn gewoonweg niet overal toe te

passen. Moeten consumenten straks op het minuscule schermje van de hartslagmeter eerst door allerlei privacy statements scrollen en moet de maker van het slimme koffiezetapparaat naast de cappuccino knop ook een toestemmingsknop inbouwen?”

Een grappig voorbeeld, maar voor een partij die zó met innovatie schermt, getuigt dit van een weinig innovatieve kijk op transparantie en toestemming. Nee, het hoeft niet precies als een cookieverklaring te zijn. Informatievoorziening en transparantie kan ook worden bijgeleverd of via een website worden gegeven.

Andere partijen doen hetzelfde. Zie bijvoorbeeld een email van Business Europe aan de PV, waarin zij zeggen dat big data veel geld gaat opleveren, maar alleen met regels die hen zinnen.⁴⁰

Toekomstige business modellen?

Helemaal bont maakt de media het in dit opzicht. Uitgevers van kranten en magazines lobbyen voor gapende gaten in onze privacybescherming ten behoeve van “toekomstige business modellen.”⁴¹ Zo stellen zij in mails⁴² aan de PV bijvoorbeeld dat je het principe van doelbinding gewoon opzij moet kunnen zetten als derde partij. Dat is echt zorgelijk.

Doelbinding is een fundamenteel grondbeginsel van databescherming: het zorgt ervoor dat als jij gegevens deelt voor één doel, die gegevens niet mogen worden gebruikt voor een ander doel. Je deelt informatie met je dokter omdat je weet dat hij of zij het niet verder deelt. Mediabedrijven willen dat principe opzij zetten omdat ze misschien de gegevens nodig hebben voor toekomstige business modellen. We geven dan iets op zonder dat we weten of we er iets voor terugkrijgen. Dat is heel raar.

Innovatie is geen carte blanche

In het economische domein is de valse tegenstelling innovatie vs. privacy populair en hier geldt: het is echt onzin. Het innovatie-argument moet dan ook altijd kritisch tegemoet worden getreden. Als samenleving moeten we op zoek naar privacyvriendelijke innovatie en niet allerlei grondbeginselen inruilen omdat gouden bergen beloofd worden.

05. JURIDISCHE HULP OF POLITIEKE KEUZES?

Is juridische hulp altijd objectief? Wetsteksten schrijven is een gecompliceerd proces. Een veel geziene lobbystrategie draait daarom om het aanbieden van “juridische hulp” en argumenten op



grond van rechtszekerheid. Partijen claimen geen inhoudelijke keuzes te maken voor beleidsmakers, maar is dat wel zo?

Een wet opstellen is een gecompliceerd proces, zeker bij een wet van deze omvang. Daarbij is het ook nog eens een zeer technisch onderwerp, wat het nog ingewikkelder maakt. Dat betekent dat actief de hulp wordt ingeroepen van experts. Het betekent ook dat hulp die wordt aangeboden welkom is.

Technische amendementen

Partijen bieden dat maar wat graag. Zo biedt VNO-NCW in een 76 pagina's tellende brief aan de PV haar expertise aan.⁴³ Het gaat daarbij om "technische amendementen." Met andere woorden, zaken die naar hun mening niet politiek zijn. Daarbij gaat het om het juridisch zuiver verwoorden van een artikel, maar ook om andere keuzes: hoe bijvoorbeeld informatieverzoeken door organisaties beantwoord moeten worden ("dat ze beantwoord moeten worden staat buiten kijf").

In de brief staat veel juridisch poetswerk. Zo corrigeert de werkgeversorganisatie dat je kan voldoen aan je informatieverplichting naar mensen, maar dat dat gebeurt in "een notice" en niet in "een

policy" zoals nu in de verordening staat. Dat is een terechte wijziging: het is inderdaad niet beleid dat je naar mensen stuurt, maar een notificatie waarin dat beleid staat beschreven.

Toch lijkt het erop alsof er ook keuzes worden gemaakt die verder gaan. In één artikel bijvoorbeeld corrigeren ze dat je als organisatie gegevens mag verwerken voor een gerechtvaardigd belang "of voor dat van een derde partij." Dat maakt het artikel veel breder. Hoewel ze aangeven dat daarbij terug wordt gegaan naar de tekst in de vorige privacywet, worden hierdoor wel keuzes gemaakt die wij controversieel vinden. Ook staat er in de tekst dat het aan organisaties zelf is hoe ze informatieverzoeken moeten beantwoorden (elektronisch of niet?), maar ook dat gaat verder dan alleen technisch sleutelen. In weer andere artikelen gaat het om het verminderen van lasten op het bedrijfsleven. Dat kan een goede zaak zijn, maar dat is niet per se neutraal.

Verheldering

Techamerica Europe (een organisatie die optreedt namens techbedrijven met Amerikaanse achtergrond) biedt in een email aan de PV⁴⁴ en V&J⁴⁵ ook graag opheldering. Ze noemen een misverstand over

profilering, waarbij volgens de lobbyclub niet goed is gekeken naar de intentie achter het artikel. In de huidige tekst staat namelijk dat je mensen pas hoeft te informeren over profilering als dat "een significant effect" op ze heeft en ze alleen dan een opt-out hoeft te bieden. Dat is al in weinig gevallen, maar zij willen graag "significant effect" veranderen in "severely affects." Je hoeft dus alleen een opt out van profilering te bieden als dat echt hele zware gevolgen heeft. Dat maakt de bescherming van het artikel veel moeilijker toepasbaar. Over de oorspronkelijke tekst zeggen ze:

"We reject this idea, and believe that the intention of the Article is to focus on clearly unfair or discriminatory practices such as the denial of insurance cover."

Oh ja? Veel andere organisaties, zoals wij, zullen daarover met hun van mening verschillen. Wat ons betreft gaat het er juist over dat mensen weten dat hun internetervaring aangepast is aan hun profiel en dat ze de mogelijkheid hebben zich daartegen te beschermen. Bovendien is het moeilijk om "zware gevolgen" in deze context te bewijzen.

Rechtszekerheid

Nauw verwant aan deze juridische hulp is

rechtszekerheid. Het houdt in dat je voldoende kan vertrouwen op een heldere uitleg van de wet, zodat je niet opeens voor verassingen komt te staan. Met andere woorden: in een situatie van veel rechtszekerheid kan je als bedrijf makkelijker risico's nemen zonder buiten opeens een gigantische boete te krijgen. Rechtszekerheid is ontzettend belangrijk in onze samenleving.

Met die rechtszekerheid hapert het. Het was de bedoeling dat deze wet alle privacywetgeving in Europa gelijk zou trekken. De huidige tekst heeft echter ontzettend veel uitzonderingen die de lidstaten zelf kunnen invullen (delegated and implementing acts).

IBM maakt er in een brief aan EZ dan terecht ook wat opmerkingen over:⁴⁶

“The final text must, then, provide for a high degree of legal certainty and predictability. With its [49] delegated and implementing acts, the draft does anything but.”

Maar IBM trekt die rechtszekerheid ook naar de verplichtingen die voor het bedrijfsleven gelden.

“Newly proposed obligations are too vague or too complex to be properly understood – or complied with. New constraints on implementation would remove the flexibility European businesses need to innovate and thrive. Nor are IBM's concerns limited to the information technology sector in which we participate.”

Er wordt dus een connectie gemaakt tussen de verplichtingen en de rechtszekerheid. IBM wil meer flexibiliteit. Maar dat zou het voor burgers weer onvoorspelbaarder maken. Hoe weet je dan als burger waar een bedrijf zich allemaal aan moet houden en of ze dat wel doen?

Het laat zien dat het aanbieden van juridische hulp soms nodig is, maar dat het ook verkeerd gebruikt kan worden.

06. NOT IN MY BACKYARD

Windmolens zijn leuk en goed voor het milieu natuurlijk, maar niet in de achtertuin. Dat argument speelt niet alleen in het milieudebat vaak mee, maar zowaar ook in het privacydebat. Sectoren zien liever niet dat de privacybepalingen op hun van toepassing zijn. Dat is soms terecht, maar mag geen excuus zijn.

Alles leuk en aardig natuurlijk

Als je de lobbybrieven leest, valt de overwegend positieve toon op. Veel brieven beginnen met “We verwelkomen de bepalingen.” Andere partijen vinden het een belangrijke stap om de economie beter te reguleren, zodat het vertrouwen van de consument toeneemt. Daarna volgt vaak een “maar”, waarna de brief een uitstap maakt naar uitzonderingen. De nieuwe privacywet kent in haar laatste artikelen een serie uitzonderingen, voor bijvoorbeeld onderzoek, archief, journalistiek, maar ook voor religieuze organisaties. Dat was vaak niet voldoende of goed genoeg volgens partijen en daar werd veel op gelobbyd.

Niet voor onze sector!

Want al die nieuwe regels zijn weliswaar belangrijk, maar toch ook vervelend voor die specifieke sector. Zo zijn er veel brieven van archiefinstellingen die er minder blij mee zijn. In een brief aan V&J zeggen het Kadaster en de Kamer van Koophandel dat de nieuwe privacywet veel meer rekening moet houden met archieven en registers.⁴⁷ Het kan toch niet zo zijn dat mensen daar gegevens kunnen verwijderen? Zeggen ze.



Dit was bij de vorige privacywet ook niet zo. Daarvoor gold dat het recht op bezwaar niet van toepassing was op dit soort registers. Daarnaast vraagt de organisatie de overheid om eens goed te kijken naar het commerciële hergebruik van overheidsinformatie en dus open data en privacy. Wat ons betreft een zeer terechte vraag. Zoals zij al opmerken, het “roept bij particulieren, met een beroep op de bescherming van hun privacy, veel weerstand op.”

Medisch onderzoek

Wat ook opvalt is dat veel Nederlandse gezondheidsonderzoekinstellingen minder blij zijn met de uitzonderingen die er momenteel zijn voor wetenschappelijk onderzoek.⁴⁸ Ook de Hartstichting zegt “we hebben eigen ethische standaarden.” Daarin leggen ze uit dat er op een andere manier om toestemming wordt gevraagd en dat er ethische commissies worden ingesteld die gegevensverwerking beoordelen.

Rechters

Ook rechters willen bijvoorbeeld een uitzondering. In de brief van de ‘European Network of Councils of the Judiciary’ (een Europees orgaan voor de nationale raden van de rechtspraak) zeggen ze dat het een

kwelijke zaak zou zijn als er onvoldoende uitzonderingen bestaan voor rechters.⁴⁹ Zo gaat het erom dat onderlinge correspondentie tussen rechters niet zomaar wordt opgevraagd. Of e-mails bijvoorbeeld.

Woningcorporaties

Volgens woningcorporaties “betekenen de voorstellen nogal wat.”⁵⁰ In een brief aan V&J stellen zij al voldoende gereguleerd te worden door “allerlei beleid en regelgeving” in “min of meer “versnipperde” wetgeving, zoals bijvoorbeeld de “cookiewet”.

Zij vinden onder andere dat ze door de voorstellen een té uitgebreide informatieplichting zouden krijgen. Wat betreft het verwijderingsrecht en het recht om vergeten te worden zeggen ze:

“Veel organisaties en zeker woningcorporaties hebben al een klachtenregeling en klachtencommissies. Een uitbreiding met nog meer klachtmogelijkheden is een onnodige last. Verder kan het verwijderingsrecht in strijd zijn met de bewaarplicht uit de voorstellen.”

Dat is een beetje raar. Omdat er al klachtmogelijkheden zijn, willen woningcorporaties dat je niet meer de accuraatheid van je gegevens kan

checken of overbodige informatie kan verwijderen?

Woningcorporaties hebben meer klachten. Ze vinden dat er te veel lasten zijn, de boetes niet proportioneel en ze vinden dat ze zelf mogen bepalen hoe je als organisatie inzage verleent. Er is zo weinig rekening gehouden met de lokale omstandigheden, vinden ze, dat ze voorstellen de privacywet anders te regelen: niet meer via één Europese wet, maar via een serie verplichtingen die door lidstaten zelf wordt vertaald in wetten.

Niet voor ons land!

En dat hoor je soms ook bij andere partijen. Ons land is uitzonderlijk, dus misschien moet het anders. Danske Medier, een groot Scandinavisch mediabedrijf, zegt in een brief⁵¹ aan V&J over de wijzigingen van het Europees parlement:

“Without any discussion – perhaps even by accident – they then wiped away the legal prerequisite for telephone marketing to private households, which is the traditional and most effective way of selling news media in the Nordic countries.”

Het gaat hen om het toegankelijk maken van gegevens voor andere partijen:



“To a great extent, the high penetration of newspapers and other news media in Norway, Sweden and Denmark is due to the fact that consumers in these countries may be contacted by telephone by certain business sectors, which are fundamental for a viable democracy.”

Het interessante hiervan is dat dan gegevensverwerking door derde partijen dus flink makkelijker zou moeten worden voor heel Europa, om tegemoet te komen aan het business model van Noorse media.

Kunnen we dat niet zelf regelen?

CIO, het kerkelijk overleg, is niet blij met de manier waarop de huidige uitzondering voor kerken is geregeld in de tekst.⁵² Nederlandse kerken hebben namelijk een eigen systeem voor de registratie en het beheer van gegevens (SILA).

“Wij bevelen u aan om een formulering te kiezen die meer mogelijkheden en autonomie biedt, zodat er een passende vorm van beheer en verwerking van persoonsgegevens kan worden gevormd voor de Kerken en waarbij het unieke SILA-systeem zoals wij dat in Nederland nu kennen wordt gerespecteerd.”

Soms terecht, maar geen excuus

Soms kan het terecht zijn om dit soort uitzonderingen in te bouwen. Maar het is wel belangrijk om waakzaam te zijn voor zaken als zelfregulering. Reclamebedrijven willen bijvoorbeeld ook meer nadruk op zelfregulering, zeggen zij in een brief aan V&J.⁵³ Is dat omdat ze zoveel vertrouwen hebben in zichzelf of is dat omdat ze zich willen onttrekken aan juridische verplichtingen?

07. NIET ALLE WEGEN LEIDEN NAAR PRIVACY

Ook binnen de privacywereld zijn er verschillende scholen. Het vast hangen van standpunten aan een ogenschijnlijk positief klinkende ideologie is ook een overtuigingsstrategie.

Als er één stroming succesvol over het voetlicht is gebracht, dan is het wel de “risk-based approach.” Die houdt in dat je bij de verplichtingen voor het bedrijfsleven rekening moet houden met de risico’s van gegevensverwerking. Strengere verplichtingen horen bij grote risico’s. Maar ja, ook dat mag natuurlijk geen excuus zijn om een te laag beschermingsniveau in het leven te roepen.

Als we de lobbybrieven goed lezen is één van de belangrijkste kantoren achter deze benadering het ‘Centre for Information Policy Leadership’⁵⁴ van Hunton en Williams “LLP”. Hoewel de term ouder is, lanceren zij een ‘risk based approach framework’ in januari 2014, waarna het onderwerp herhaaldelijk terugkomt.⁵⁵

De nieuwe privacywet schept nieuwe verplichtingen voor organisaties die een bepaalde hoeveelheid gegevens gaan verwerken. Zo moet je bijvoorbeeld vóór het verwerken een ‘privacy impact assessment’ doen, waarin je dus kijkt wat de consequenties zijn van jouw verwerking voor de privacy van burgers. In sommige gevallen moet de verwerking ook worden gemeld aan de toezichthouder. Daarnaast moet je een functionaris voor de gegevensbescherming aanstellen (een privacy officer), die intern toezicht houdt op alle privacy onderwerpen. Je moet verder ook datalekken melden aan betrokkenen.

Niet alle bedrijven zijn hier even blij mee. We zeiden al dat dit de thema’s zijn waar het meest op is gelobbyd. Zij zeggen, kort gezegd: laat ons alleen aan al die verplichtingen voldoen als er grote risico’s zijn.

Steun



Het verwondert niet dat veel van the usual suspects hier voorstander van zijn. TechAmerica Europe, een organisatie die de belangen van Europese technologiebedrijven “with American parentage” vertegenwoordigt, is groot voorstander.⁵⁶ Banken willen ook zo’n benadering, mailen⁵⁷ ze in hun position paper aan de PV.⁵⁸ Horeca⁵⁹ en nog veel andere organisaties en bedrijven ook. Ook Thuiswinkel.org⁶⁰ zegt in een mail aan V&J: “De nu voorgestelde hervormingen zijn in de ogen van Thuiswinkel.org echter nog niet adequaat genoeg, met name omdat in de voorstellen een “risk-based” benadering ontbreekt.” Zelfs de Koninklijke Academie voor de Wetenschappen lijkt voorstander.⁶¹

Consistentie

Om hun argumenten kracht bij te zetten, gebruiken de verschillende partijen ‘commitment en consistentie’. De truc daarbij is dat mensen graag een eenduidig beeld van zichzelf neerzetten. Als je A zegt moet je ook B zeggen. Zo gebruikt de Centre for Policy Leadership uitspraken van invloedrijke politici uit de groep mensen die ze willen beïnvloeden, die zich hebben uitgesproken voor zo’n risicobenadering.

In een brief van the Centre for Information Policy

Leadership aan V&J⁶² wordt Eurocommissaris Reding geciteerd als voorstander van de benadering, alsook dezelfde Raad van Ministers die de brief probeert te beïnvloeden. Je was voor een risicobenadering? Dan moet je dus ook akkoord gaan met onze wensen. De voormalig European Data Protection Supervisor (toenmalig hoge privacyfunctionaris bij de EU) Peter Hustinx heeft zich ooit positief uitgelaten over de benadering, en ook dat wordt graag aangehaald in een brief van de Industry Coalition for Data Protection aan V&J.⁶³

“ICDP strongly agrees with the European Data Protection Supervisor, Peter Hustinx that data protection legislation is most effective when it follows a risk-based approach.”

Opgepast!

Een risicobenadering is niet gek. Maar het mag geen excuus zijn om je aan allerlei belangrijke verplichtingen te onttrekken, zeiden de gezamenlijke privacywaakhonden in Europa.⁶⁴ Aansprakelijkheid op grond van objectief van te voren vastgestelde criteria kan zorgen dat bedrijven in een zo vroeg mogelijk stadium rekening houden met privacybescherming. Die criteria moeten vanzelfsprekend proportioneel

zijn, dus een eenmanszaak die per jaar vijftig klanten heeft hoeft niet elke week een privacy impact assessment te sturen naar de toezichthouder en een extra privacy officer in dienst te nemen. Maar we moeten wel oppassen voor misbruik. Zo wil Digital Europe (een lobbyclub voor het digitale bedrijfsleven) dat bedrijven zelf kunnen bepalen wat risicovol is.⁶⁵ Tja, dan kan je je natuurlijk makkelijk aan toezicht onttrekken en dat is niet de bedoeling. De slager keurt dan zijn eigen vlees.

Privacystromingen

Het ophangen van je standpunten aan een duidelijke stroming, kan je helpen. Zo komen er meer stromingen voorbij. Vodafone wil een meer ‘principle based’ benadering (daarmee bedoelen ze dat ze meer flexibiliteit willen).⁶⁶ Weer andere bedrijven hebben het over de ‘harm based approach’, de ‘use based approach’, de ‘precautionary based approach’ en meer.

Welke stroming je ook volgt, niemand kan nu goed de risico’s overzien. Wat we wel weten is dat gegevens alleen maar nog meer verzameld en gebruikt gaan worden. Elke keus die we nu maken wordt daarmee alleen maar belangrijker.



08. FRAUDEBESTRIJDING! THE OTHER MAGIC WORD

Fraudebestrijding is een heel belangrijk argument voor minder privacybescherming. Verzekeraars, banken en kredietverstrekkers gebruiken het graag om meer toegang te krijgen tot gegevens.

Fraudebestrijding

Fraude: iedereen wil het zoveel mogelijk voorkomen. Hoewel het dus een legitiem doel is om gegevens te verzamelen en te verwerken, moeten er ook grenzen zijn. Die zijn alleen lastig aan te wijzen, immers: hoe meer gegevens, hoe beter. Toch?

Verzekeraars

Voor verzekeraars is het in ieder geval een erg belangrijk argument. In een brief aan V&J geeft het Verbond voor Verzekeraars (een belangenvereniging voor verzekeraars in Nederland) aan dat ze bijvoorbeeld makkelijker gevoelige gegevens willen kunnen verweken, om te zorgen dat ze gezondheidsgegevens ook voor verzekeringsdoeleinden kunnen gebruiken (zoals een levensverzekering).⁶⁷ Daarnaast willen ze inzage in iemands criminele verleden, om fraude te voorkomen.

Diezelfde data – dus alle gegevens die belangrijk zijn om fraude te voorkomen – mogen niet onder het recht om vergeten te worden vallen, aldus de verzekeraars.

Insurance Europe, die weer Europese nationale verzekeraars vertegenwoordigt, heeft een nog uitgebreidere wensenlijst.⁶⁸ Hun brief aan de PV begint natuurlijk met “Insurance Europe welcomes the European Commission’s (EC) objective to harmonise further the data protection legislation within the EU and strengthen individual’s rights.”

Maar ze willen wel dat het artikel over profilering minder van toepassing is op de activiteiten van verzekeraars.

“Insurance Europe recommends that the rules on profiling as proposed in the draft Regulation are amended to avoid prohibiting or restricting risk-adequate rating, rate classification and risk assessments necessary for premium calculation.”

Dat is interessant omdat we in een eerdere brief van TechAmerica konden zien dat sommige bedrijven dachten dat dat artikel juist was bedacht voor verzekeraars.⁶⁹ Dat is ook logisch. Debatten over profilering gaan vaak juist over de activiteiten van

verzekeraars.

Banken en krediet

Ook voor banken en kredietorganisaties is fraude een belangrijk argument. De Federation of European National Collection Associations, die schuldenorganisaties vertegenwoordigt, geeft in een brief aan V&J aan dat zij graag wil dat het makkelijker mogelijk wordt om toegang te krijgen tot gegevens.⁷⁰ Ook als dat voor een ander doel is dan waar ze oorspronkelijk voor zijn verzameld. Dat is een grote sluis om open te zetten. Hoewel het innen van schulden belangrijk is, gaat dat veel te ver.

Ook Experian, een datahandelaar die kredietanalyses levert (komt iemand in aanmerking voor een lening?), wil vooral dat bedrijven op grond van een gerechtvaardigd belang makkelijker bij gegevens mogen komen.⁷¹

“Particuliere criminaliteitsbestrijding”

Volgens de Rabobank leven bij banken “grote zorgen over de mogelijkheden om criminaliteit te bestrijden onder de komende Data Protectie Verordening.”⁷² In een email aan V&J uiten ze met name zorgen over de mogelijkheid om strafrechtelijke gegevens in te zien om fraude te bestrijden.

De Nederlandse Vereniging voor Banken levert haar argumenten en die van de Europese bankenlobby in een zeventig pagina's tellend⁷³ document.⁷⁴ Daarin geeft ze aan dat 50% van alle gegevens nu verwerkt worden met een beroep op het gerechtvaardigd belang.

Zij maken zich zorgen om de toegenomen nadruk op toestemming van de burger en de aanvullende eisen die de bepalingen over profilering eisen. Ook zij richten zich bijvoorbeeld op definities om dat te voorkomen. Zo zeggen ze bijvoorbeeld:

“Art. 4(3a) defines profiling. However it makes no distinction between profiles of the personality of individuals and the outcome of algorithms that monitor deviations from average use of products in order to detect e.g. internet fraud. Such calculated average use of a product should not be confused with the profile of a personality.”

Met andere woorden: de bescherming tegen profilering die in de tekst staat, zou alleen moeten gelden voor bepaalde vormen van profilering (tegen het maken van een profiel van iemands persoonlijkheid, niet tegen hoe mensen producten gebruiken). Het gevolg is dat je moeilijker weet waar

je als burger aan toe bent.

Thomson Reuters (een bedrijf dat internationaal financiële fraude wil voorkomen) mailt over het belang van het programma World-Check dat overheden en bedrijven helpt met het bestrijden van fraude door middel van open data.⁷⁵ Dat hergebruik van dat soort informatie is juist controversieel op het moment.

Ook fraudebestrijding is geen carte blanche

Fraudebestrijding is belangrijk. Alleen ook daar moeten we de balans tussen de belangen van burgers aan de ene kant en de financiële industrie aan de andere kant goed bewaken. Het is een debat dat verder gaat dan internetvrijheid en raakt aan de solidariteit in onze maatschappij. Heeft iedereen straks wel een gelijke kans op een lening of verzekering? Of geldt dat alleen voor gezonde hoogopgeleiden?

Een gebrek aan waakzaamheid voor die balans werd mooi geïllustreerd in de brief van Eurofinas aan de PV.⁷⁶ Zij zorgen voor consumentenkredietorganisaties in Europa en wilden af van dataminimalisatie (een bepaling die burgers beschermt: een dataverzameling moet proportioneel zijn en bedrijven mogen alleen het minimaal noodzakelijke verzamelen), maar vonden de

sancties voor schending van de privacywet disproportioneel hoog. Spot de ironie.

Wij vinden dat het devies in ieder geval niet is: zet de sluizen open en meer is beter. We moeten juist zorgen dat gegevens zoveel mogelijk juist zijn. Dat betekent dat we eisen stellen aan de kwaliteit van gegevens. Daarbij moeten we de context waarin ze zijn verzameld meenemen. Daarnaast moet fraudebestrijding op een transparante manier plaats vinden: je moet als burger weten waar je aan toe bent en hoe gegevens over jou tegen je gebruikt worden. Zo kan je controleren of terecht een lening geweigerd wordt. Daarna moeten bepaalde grenzen in acht worden genomen: fraudebestrijding mag niet leiden tot uitsluiting of discriminatie.

09. LESSEN VAN DE LOBBY. WAT DOET NEDERLAND?

De nieuwe Europese privacywet was een festijn voor lobbyisten, maar hoe ging de Nederlandse overheid met al die informatie om? En is lobbyen slecht?

In de afgelopen hoofdstukken heb je allerlei dingen kunnen lezen over de privacylobby. Wat voor partijen hebben gelobbyd, waar deden ze dat over het

algemeen over en wat voor argumenten ze hebben gebruikt.

Wat doet Nederland?

De vraag die dan snel opkomt is natuurlijk: wat doet Nederland? Dat is wat moeilijker te zeggen. Tussen de stukken van de Tweede Kamer zitten brieven van de regering waarin de staatssecretaris (eerst Teeven, nu Dijkhoff) de Kamer periodiek informeert over de vorderingen van de onderhandelingen (als je het wilt nazoeken, let op de documenten op de Kamerwebsite met volgnummer 32761, die gaan over gegevensbescherming).⁷⁷ Daarin omschrijft hij in algemene termen wat er besproken wordt en hoe Nederland er ongeveer instaat. Daarnaast lekt Statewatch af en toe voorlopige verslagen van vergaderingen.⁷⁸

Uit een brief aan de Kamer uit 2012⁷⁹ valt bijvoorbeeld op te maken dat Nederland een groot voorstander is van de risico-georiënteerde benadering (zie hoofdstuk 7). Wij gaven al aan dat hier het meest voor gelobbyd is: met name over het maken van een 'impact assessment' voordat je gegevens gaat verwerken en over dat je als bedrijf een functionaris voor de gegevensbescherming in dienst moet hebben. Over

die verplichtingen zegt de Nederlandse regering bijvoorbeeld:

“Verder geldt artikel 22 in beginsel in volle omvang voor alle verantwoordelijken, dus ook voor de kleine ondernemer, en zelfs, onder omstandigheden, de individuele burger. Het leidt ook tot een hogere belasting van de toezichhouders. Een risicogerichte benadering zou beter zijn geweest.”

Daarnaast wil Nederland dat het makkelijker wordt om gezondheidsgegevens te verwerken, blijkt uit een brief aan de Kamer uit 2014.⁸⁰ Zij geven aan dat dat belangrijk is voor onderzoek. Ook daarvoor geldt dat hier erg veel over is gelobbyd door medische onderzoekscentra (zie hoofdstuk 6). Nederland wil ook een bredere uitzondering van het verwerken van gezondheidsgegevens door andere partijen, zoals verzekeraars. Ook daar werd actief voor gelobbyd (bijvoorbeeld voor fraudebestrijding, zie hoofdstuk 8).

En er zijn meer overeenkomsten tussen de inhoud van de lobbybrieven en wat de regering voorstelt. Hoewel Nederland wat profileren betreft stelt voorstander te zijn van goede bescherming, vraagt zij om de nodige flexibiliteit voor andere vormen van automatisch beslissen (hier is ook over gelobbyd en zie pagina 2 en

3 van deze brief aan de Kamer uit juli 2014).⁸¹

Daarnaast geeft Nederland in dezelfde Kamerbrief aan dat je vaker zelf als bedrijf een gerechtvaardigd belang hebt bij “minder ingrijpende maatregelen” zoals direct marketing. Dat betekent dat je in zo'n geval dus geen toestemming nodig hebt om gegevens te verzamelen en gebruiken. Ook dat hebben we eerder gelezen (bijvoorbeeld in brieven van mediabedrijven – zie hoofdstuk 4 en 6).

Hoe succesvol is de lobby geweest?

Hoewel je dus overeenkomsten kunt zien tussen de lobbybrieven en het standpunt van Nederland, is het moeilijk hard te maken dat de vertegenwoordigers van de regering te veel naar lobbyisten hebben geluisterd. We kunnen onmogelijk weten wat er allemaal wordt gezegd in de vergaderingen tussen regeringsvertegenwoordigers en wat Nederland nou precies voorstelt in zo'n vergadering. Daarnaast kun je niet een causaal verband aantonen: misschien was een bepaald standpunt al afgesproken voordat de lobbybrieven binnenkwamen.

Is lobbyen nou erg?

We kunnen wél iets zeggen over lobbyen in het algemeen. Als je ziet hoeveel wetsteksten in omloop



zijn en over en weer worden aangepast, en als je ziet hoeveel meeting uitnodigingen en brieven naar de ministeries worden gestuurd, wordt duidelijk dat lobbyen een grote rol speelt in onze besluitvorming. Lobbyen is gewoon belangrijk.

Wij doen het dan ook zelf, met of zonder onze zusterorganisaties in Europa, zoals je vaak op ons blog kan lezen. Lobbyen kan ook bijzonder nuttig zijn. Je kan soms een nieuw licht schijnen of een uniek probleem aankaarten waarover tot dusver nog niet was nagedacht. Daarnaast is het handig voor beleid zelf: je kan niet verwachten dat iedereen dezelfde expertise heeft. Het kan dus soms verdomd handig en belangrijk zijn om die aan te bieden.

Tegelijkertijd zijn er ook zorgen. Als je kijkt naar de brieven is het duidelijk dat grote bedrijven oververtegenwoordigd zijn. Hoe kunnen we weten dat er een goede afweging van belangen wordt gemaakt? Er zitten bovendien kulargumenten tussen. Wij hopen toch dat Nederland niet de komende weken bezwijkt voor het argument “innovatie *punt*” of voor “toekomstige business modellen.” Daarnaast zijn er allerlei vragen te stellen met betrekking tot transparantie: dit is maar één stukje afgedwongen

transparantie over een groot en lang proces. Dat moet en kan beter.

De lobby-tomie

Al met al, hopen we dat we jullie een kijkje hebben kunnen geven in het lobbyproces rond de nieuwe Europese privacywet.



EINDNOTEN

1. Voor de serie blogs en de documenten, zie onze website: <https://www.bof.nl/category/lobby-tomie/>
2. Floris Kreiken, "Herrie in de Europese privacykeuken," Bits of Freedom website (15 juni, 2015), <https://www.bof.nl/2015/06/15/herrie-in-de-europese-privacykeuken/>
3. "Commission proposes a comprehensive reform of the data protection rules," European Commission persbericht (25 januari 2012), http://ec.europa.eu/justice/newsroom/data-protection/news/120125_en.htm
4. European Digital Rights and Access, "Data Protection \Lobbying," #EUdataP - issue 03, <https://edri.org/files/eudatap-03.pdf>
5. Thomas Brewster, "Facebook Lobbies Brussels In Earnest On EU Data Privacy Proposals," TechWeek Europe (8 November 2012), <http://www.techweekeurope.co.uk/workspace/facebook-lobbying-eu-data-privacy-98645>
6. Matt Warman, "EU Privacy regulations subject to 'unprecedented lobbying'," The Telegraph (8 Februari 2012), <http://www.telegraph.co.uk/technology/news/9070019/EU-Privacy-regulations-subject-to-unprecedented-lobbying.html>
7. William Long, "Significant impact of new EU data protection regulation on financial services," Global Banking & Finance Review (18 April 2014), <http://www.globalbankingandfinance.com/significant-impact-of-new-eu-data-protection-regulation-on-financial-services/>
8. Glyn Moody, "How Lobbyists' Changes to EU Data Protection Regulation Were Copied Word-For-Word Into Proposed Amendments," Techdirt (12 Februari 2013), <https://www.techdirt.com/articles/20130212/04013421949/how-lobbyists-changes-to-eu-data-protection-regulation-were-copied-word-for-word-into-proposed-amendments.shtml>
9. Reporter Radio, "De lobby in Brussel," NPO - Reporter Radio (4 Oktober 2015), http://www.npo.nl/reporter-radio/04-10-2015/RBX_KRO_956321/RBX_KRO_2186360
10. Janneke Sløetjes, "Drie gaten in nieuwe EU Privacywet," Bits of Freedom website (12 maart 2014), <https://www.bof.nl/2014/03/12/drie-gaten-in-nieuwe-eu-privacywet/>
11. Floris Kreiken, "Herrie in de Europese privacykeuken," Bits of Freedom website (15 juni, 2015), <https://www.bof.nl/2015/06/15/herrie-in-de-europese-privacykeuken/>
12. Floris Kreiken, "Echte (Big) Databescherming vraagt om goede regels rond profilering," Bits of Freedom website (17 September 2015), <https://www.bof.nl/2015/09/17/echte-big-databescherming-vraagt-om-goede-regels-rond-profilering/>
13. Voor de serie blogs en de documenten, zie onze website: <https://www.bof.nl/category/lobby-tomie/>
14. Voor de serie blogs en de documenten, zie onze website: <https://www.bof.nl/category/lobby-tomie/>
15. Brief van thuiswinkel.org aan V&J (6 oktober 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20141006-034-thuiswinkelorg.pdf>
16. Email van Hotrec aan PV NL (19 maart 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140319-006-hotrec-hotel-restaurants-cafes-in-europe.pdf>
17. Email van European Banking Federation aan PV NL (29 september 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140929-017-european-banking-federation.pdf>
18. Email van Digital Europe aan PV NL (6 september 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20131206-035-digital-europe.pdf>
19. Email van Nederlandse Uitgeversbond aan V&J (10 juli 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140710-054-nederlandse-uitgeversbond.pdf>
20. Email van Tele2 aan PV NL (1 maart 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20130301-079-tele2.pdf>
21. Email van Council of European Dentists aan PV NL (8 december 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20141208-013-council-european-dentists.pdf>
22. Brief van International Association of Jewish Genealogical Societies aan V&J (29 augustus 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130829-012-international-association-jewish-genealogical-societies.pdf>

EINDNOTEN

23. Email van INretail aan V&J (10 april 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140410-055-inretail.pdf>
24. Email van Insurance Europe aan PV NL (17 oktober 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20141017-016-insurance-europe.pdf>
25. Email van Cicero Group aan PV NL (3 april 2015), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20131018-001-cicero-group.pdf>
26. Email van CabinetDN aan PV NL (25 maart 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20130325-055-cabinetdn.pdf>
27. Email van CabinetDN aan PV NL (26 november 2012), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20121126-069-cabinetdn.pdf>
28. Email van Ericsson aan PV NL (12 november 2015), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20150112-081-ericsson.pdf>
29. Email van Digital Europe aan PV NL (21 januari 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140121-091-digitaleurope.pdf>
30. Email van European-American Business Council aan PV NL (18 oktober 2012), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20121018-050-european-american-business-council.pdf>
31. Email van TechAmerica Europe aan PV NL (15 januari 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140115-028-tech-america-europe.pdf>
32. Email van Toy Industries Europe aan PV NL (3 februari 2015), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20150203-010-toy-industries-europe.pdf>
33. Brief van Polen aan EZ (datum onbekend), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EZ/00000000-09-polen.pdf>
34. Brief van de Gemeente Amsterdam aan V&J (23 april 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130423-009-gemeente-amsterdam.pdf>
35. Neil Richards, "Big data isn't magic," in: Will We Have Any Privacy After the Big Data Revolution? on Zocalo Public Square (24 september 2014), <http://www.zocalopublicsquare.org/2014/09/24/will-we-have-any-privacy-after-the-big-data-revolution/ideas/up-for-discussion/#Neil+Richards>
36. Brief van VNO NCW en MKB Nederland aan EZ (4 augustus 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EZ/20130804-10-vnoncw-mkb-nederland.pdf>
37. Brief van VNO NCW en MKB Nederland aan V&J (3 december 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20131203-017-vno-ncw-mkb-nederland.pdf>
38. Jeff Leek, "Why big data is in trouble: they forgot about applied statistics," Simply stats (7 mei 2014), <http://simplystatistics.org/2014/05/07/why-big-data-is-in-trouble-they-forgot-about-applied-statistics/>
39. Tweet van Kate Crawford (5 November 2015), <https://twitter.com/katecrawford/status/662109710385029120?refsrc=email&s=11>
40. Email van Business Europe aan PV NL (2 december 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20141202-089-businesseurope.pdf>
41. Email van European Newspapers Publishers Association en de European Magazine Media Association aan PV NL (7 januari 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140107-029-enpa-emma.pdf>
42. Email van de European Publishers Council, European Newspapers Publishers Association en de European Magazine Media Association aan PV NL (2 december 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20131202-034-epc-enpa-emma.pdf>
43. Email VNO-NCW en MKB Nederland aan PV NL (6 maart 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20130306-056-vnoncw-mkb-nederland.pdf>
44. Email van TechAmerica Europe aan PV NL (15 januari 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140115-028-tech-america-europe.pdf>

EINDNOTEN

45. Brief van TechAmerica Europe aan V&J (14 januari 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140114-023-techamerica.pdf>
46. Brief van IBM aan EZ (datum onbekend), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EZ/00000000-11-ibm.pdf>
47. Brief van KvK Nederland, Kadaster en RDW aan V&J (16 april 2012), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20120416-001-kvk.pdf>
48. Brief van Nederlandse Federatie van Universitair Medische Centra aan V&J (26 maart 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130326-008-nederlandse-federatie-universitair-medische-centra.pdf>
49. Brief van European Network of Councils for the Judiciary aan V&J (11 december 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20131211-020-european-network-councils-for-the-judiciary.pdf>
50. Brief van Aedes - Vereniging van woningcorporaties - aan V&J (januari 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140100-022-vereniging-woningcorporaties.pdf>
51. Brief van Danske Medier aan V&J (23 mei 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140523-026-dansk-medier.pdf>
52. Brief van CIO aan V&J (23 mei 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140523-027-interkerkelijk-contact-in-overheidszaken.pdf>
53. Brief van World Federation of Advertisers en Allegro Group (datum onbekend), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/00000000-047-world-federation-advertiser-allegrogroup.pdf>
54. Position Paper van Centre for Information Policy Leadership gestuurd aan V&J (maart 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130300-007-centre-for-information-policy-leadership.pdf>
55. Brief van Industry Coalition for Data Protection aan V&J (28 mei 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140528-028-industry-coalition-data-protection.pdf>
56. Brief van Tech America Europe aan V&J (3 mei 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130503-010-techamerica-europe.pdf>
57. Email van European Banking Federation aan PV NL (29 september 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140929-017-european-banking-federation.pdf>
58. Position paper van European Banking Federation gestuurd aan V&J (datum onbekend), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/00000000-040-european-banking-federation.pdf>
59. Email HOTREC aan PV NL (19 maart 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140319-006-hotrec-hotel-restaurants-cafes-in-europe.pdf>
60. Brief van thuiswinkel.org aan V&J (6 oktober 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20141006-034-thuiswinkelorg.pdf>
61. Brief van AWW, NFU, NWO, TNO, VSNU, ZONmw aan V&J (21 november 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20141121-035-aww-nfu-nwo-tno-vsnu-zonmw.pdf>
62. Position Paper van Centre for Information Policy Leadership gestuurd aan V&J (maart 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130300-007-centre-for-information-policy-leadership.pdf>
63. Brief van Industry Coalition for Data Protection aan V&J (28 mei 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140528-028-industry-coalition-data-protection.pdf>
64. Jedidiah Bracy en Sam Pfeifle, "WP29 Weghs In on the GDPR Trilogue Process," Privacy Tracker (18 juni 2015), <https://iapp.org/news/a/wp29-weighs-in-on-the-gdpr-trilogue-process-2/>
65. Email van DigitalEurope aan PV NL (24 september 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140924-019-digital-europe.pdf>
66. Position Paper van Vodafone gestuurd aan V&J (datum onbekend), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/00000000-046-vodafone.pdf>
67. Verbond van Verzekeraars position paper gestuurd naar V&J (26 februari 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20130226-006-verbond-van-verzekeraars.pdf>

EINDNOTEN

68. Email van Insurance Europe naar PV NL (28 februari 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20130228-007-insurance-europe.pdf>
69. TechAmerica Europe position paper gestuurd naar V&J (14 januari 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20140114-023-techamerica.pdf>
70. Brief FENCA aan V&J (24 november 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20141124-036-fenca.pdf>
71. Email van DLA Piper aan PV NL (19 maart 2014), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20140319-005-experian-dla-piper.pdf>
72. Email van Rabobank aan V&J (15 oktober 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/VENJ/20131015-057-rabobank.pdf>
73. Email van Nederlandse Vereniging van Banken aan PV (17 december 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20131217-078-nvb-ebf-part-1.pdf>
74. European Banking Federation position paper (17 december 2013), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20131217-078-nvb-ebf-part-2.pdf>
75. Email van Thomson Reuters aan PV NL (2 oktober 2012), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20121002-088-thomson-reuters.pdf>
76. Email van Eurofinas aan PV NL (16 april 2015), <https://www.bof.nl/static/lobby-tomie-documenten/EU/20150416-022-eurofinas.pdf>
77. "Zoeken", Tweede Kamer website, <http://www.tweedekamer.nl/zoeken>
78. Statewatch website, <http://statewatch.org/>
79. F. Teeven, Stand van zaken over de onderhandelingen over de Algemene verordening gegevensbescherming en de richtlijn gegevensbescherming opsporing en vervolging, Kamerstuk 32761-44 (30 oktober 2012), http://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2012Z18409&did=2012D40230
80. pagina 4 van deze brief aan de Kamer uit april 2014- F. Teeven, Stand van zaken over de onderhandelingen in Brussel over de Algemene verordening gegevensbescherming en de richtlijn gegevensbescherming opsporing en vervolging, Kamerstuk 32761-60 (23 april 2014), http://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2014Z07505&did=2014D14763
81. F. Teeven, Stand van zaken inzake de onderhandelingen in Brussel over de Algemene verordening gegevensbescherming en de richtlijn gegevensbescherming opsporing en vervolging, Kamerstuk 32761-68 (17 juli 2014), http://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2014Z13492&did=2014D27058