

'Privacy moet automatisme zijn'

Bedrijven moeten het respect voor privacy en persoonlijke data inbakken in hun manier van denken. Wie dat niet doet, mag harde sancties verwachten, zegt de Europese 'privacyflik' Peter Hustinx.

Interview Wim De Preter, 22 februari 2013, Bron: De Tijd

Wie twintig jaar geleden aandacht vroeg voor het respect op privacy, werd in het beste geval een beetje meewarig bekeken. Dat is vandaag, in het tijdperk van zoekmachines, cookies, internetprofielen en sociale media wel even anders. Datalekken op het internet en misbruik van persoonlijke informatie door bedrijven en overheden zitten regelmatig in het nieuws, en ook de politiek is veel gevoeliger geworden voor het thema. Zeker in Europa: in de loop van de komende maanden zouden de Europese Commissie, het Europees Parlement en de nationale ministers het moeten eens raken over een ingrijpende wetgeving die aangepast is aan de noden van het internettijdperk.

Niemand heeft de evolutie in de regelgeving meer aan den lijve ondervonden dan de Nederlander Peter Hustinx, de topman van de Europese privacy-toezichthouder EDPS (European Data Protection Supervisor). Na een carrière van meer dan 12 jaar als Nederlandse privacy-toezichthouder begon hij in 2004 aan zijn Europese opdracht. 'Op mijn eerste dag deed ik niets anders dan koffie drinken, want er was helemaal niks. Alleen een lege verdieping zonder werknemers en met te weinig budget', zegt hij.

Maar de 'waakhond zonder tanden' groeide uit tot een gezaghebbende Europese instelling, met 50 werknemers en een jaarbudget van meer dan 7 miljoen euro. 'We zijn van niets tot iets gekomen, dus ik ben helemaal niet ontevreden', zegt Hustinx, die volgend jaar met pensioen gaat. 'We zitten nu in het stadium dat we de verplichtingen en beginselen die we de voorbije jaren hebben opgesteld, in de praktijk zo goed mogelijk moeten afdwingen. We waren de voorbije jaren een beetje te veel over de hoofden heen bezig. Want de regels zijn er wel, maar de partijen aan wie we onze gegevens bezorgen, lopen de kantjes er soms nog af. Zij hebben nog veel in te halen.'

Omdat de wetgeving niet streng genoeg is, of omdat de controle tekortschiet?

Peter Hustinx: "Allebei, en dat is niemand te verwijten. De huidige wetgeving is ontstaan in een tijd dat alles nog niet zo snel evolueerde. We moeten af van het idee dat je als bedrijf af en toe gewoon een stempeltje laat zetten en dan weer kunt doorfietsen. Het allerbelangrijkste luik in de voorstellen van mevrouw Reding is dat de plichten van de

verantwoordelijken – bedrijven en overheden - scherp worden ingekleurd. Hoe ze persoonlijke data moeten beheren, wat ze moeten gedaan hebben voor ze op de markt mogen komen, en begrippen als 'accountability' of 'privacy by design' (*het inbakken van privacybescherming in de ontwikkelingsfase van nieuwe producten of diensten, red.*). Bovendien regelt het voorstel ook de handhavingsbevoegdheden, het 'afrekenen aan de deur', met boetes die in de miljoenen euro's kunnen lopen. Dat is toch even andere koek."

"Zelfs de kleinste app-developers weten tegenwoordig dat er zoiets bestaat als copyright en merkenrecht, want dat hebben ze nodig om hun product te marketen. Welnu, voortaan moeten ze ook beseffen dat ze moeten voldoen aan een paar basisregels rond persoonsgegevens, en dat hun product anders niet goed genoeg is. Heel wat apps zijn vandaag gratis, maar in de praktijk betaal je ervoor doordat je voortdurend op je huid gezeten wordt. Nou, dát gaan we de komende jaren in evenwicht brengen."

Is die gevoeligheid er al voldoende bij een reus als Facebook?

Hustinx: "Nog niet, maar ze groeit snel. Kijk, Facebook is een Amerikaans bedrijf, met een Silicon Valley mentaliteit. Zo'n creatieveling als Mark Zuckerberg zet in geen tijd iets fantastisch op poten, en zegt dan van 'jongens, hier kom ik, uit de weg'. Maar de werkelijkheid is dat ze nu pas voor het eerst geconfronteerd worden met privacy-weerstanden, en met overheidstoezicht. De Ierse toezichthouder neemt daarin het voortouw, maar dat is nog maar het begin van een veel stringentere betrokkenheid van de Europese toezichthouders."

"Facebook is ontzettend hard bezig om zijn verdienmodel aan te scherpen en om relevanter te worden in de mobiele markt. Die creativiteit wil ik zeker niet fruisken, maar de grote vraag is of de gebruikers er zelf wel voldoende greep op hebben. Al die creatieve nieuwigheden leiden vaak tot grote verwarring, er zijn ook al een aantal dingen weer teruggetrokken. Denk maar aan gezichtsherkenning, wat aanvankelijk ook allemaal zo leuk leek... Ik ben daar heel sceptisch over. Ik wil niet moraliseren, maar die verleiding van het gebruiksgemak, die sirenenzang van 'Leuk, leuk, doe mee, je kunt toch niet achterblijven'... Nee! Denk daar toch eerst eens over na."

Kan je mensen wel vertrouwen dat ze erover nadenken?

Hustinx: "Dat vind ik nu juist het bedenkelijke van het hele mechanisme: het zijn vaak mensen die naïef zijn of een beperkte blik hebben op de problematiek. 'Ik heb niks te verbergen', luidt zo'n beetje de standaardzin. Maar als je hun dan vertelt waar het precies over gaat, zeggen ze vaak: 'Dat vind ik best eng, ik dacht dat dat allemaal veel veiliger was'."

Dat betekent dat het marktmechanisme niet zo goed werkt. Je moet er daarom voor zorgen dat de keuzes explicieter worden gemaakt. Zorg ervoor dat de aanbieder van een dienst altijd verantwoordelijk is voor A, B en C, maar dat de gebruiker zijn voorkeur moet opgeven voor D, E en F. Momenteel is die bandbreedte veel te groot, en ik vind dat eigenlijk een vorm van manipulatie, van systematisch misbruik maken van de naïviteit van de klant."

"We kennen allemaal diensten die gratis en onbeperkt e-mail aanbieden. Maar om die te gebruiken, moet je wel algemene voorwaarden goedkeuren waardoor de dienstverlener eigenaar wordt van al je informatie en er alles mee mag doen. Die toestemming zou je nooit zo snel geven als iemand je dat op straat zou vragen."

"Zijn die algemene voorwaarden wel bindend? Is dat wel een geldig aanbod? Ik heb daar grote problemen mee. Ik denk dat we, op basis van de hervorming van de wetgeving, zullen moeten besluiten dat dat niet zo is, en dat het eigenlijk grotendeels om misbruik gaat."

Heeft Europa de kracht om de standaard te zetten voor mondiale bedrijven?

Hustinx: "Zeker. Zowel Facebook als Google zijn nu aan een bijzonder onderzoek onderworpen. Google had op zeker ogenblik het lumineuze idee om één privacy policy te schrijven voor al hun verschillende producten en diensten. Dat betekent dus ook dat ze hun speelruimte gaan vergroten. Dus gaan wij eerst kijken of dat wel kan. Google ligt dus onder het vergrootglas en het is niet uitgesloten dat over een paar maanden het antwoord komt: 'Dit is niet goed genoeg'."

"Bovendien staan Google en Facebook ook in de VS onder speciaal toezicht van de Federal Trade Commission, een overheidsinstelling die onder meer belast is met consumentenbescherming. Gedurende 20 jaar staan ze onder verscherpt toezicht waarbij ze regelmatig aan een audit worden onderworpen en zware boetes kunnen oplopen. Dus als we nu in Europa alles op een rijtje krijgen, kunnen we een soort strategisch één-tweetje doen met de Amerikaanse toezichthouder."

U bent uw carrière in de jaren 70 begonnen met een studieperiode in de VS, toen privacy daar een groter thema was dan hier. Nu zijn de rollen omgekeerd.

Hustinx: "In de jaren 70 hebben de Amerikanen het Watergateschandaal gehad, toen zaten we eigenlijk heel dicht bij elkaar. Pas later, in de jaren onder Ronald Reagan, ontbrak in Amerika de politieke wil. Toen is Europa verder gegaan vanuit de gedachte dat privacy en gegevensbescherming grondrechten zijn. En de voorbije tien jaar hebben we natuurlijk veel last gehad van 'post 9/11' en het Bush-tijdperk. Maar ondanks de verschillen is het overleg is

de jongste jaren enorm toegenomen. De Amerikanen nemen het woord 'grondrecht' nog niet in de mond maar president Barack Obama heeft aan het einde van zijn eerste termijn een witboek uitgebracht waarin hij begrippen lanceert als 'consumer bill of rights' en 'privacy bill of rights'. Als hij voldoende ruimte krijgt, zal ook Amerika vooruitgang boeken."