

“The Right to be Forgotten”

Een fundamenteel recht of fictie?

27-10-2014

Boukje Stoelinga

ING Bank

Data Protection Officer



Agenda

1. Context: heden versus toekomst
2. De Google case
3. Verwijderen of vergeten; wat is het verschil?
4. Wat betekent dit voor bedrijven en consumenten?
5. De huidige situatie bij ING
6. De toekomst
7. Conclusie



Context - Recht op verwijdering versus Recht om vergeten te worden

Heden: Recht op verwijdering

- De Wet Bescherming Persoonsgegevens ('WBP') art. 36 lid 1: indien de persoonsgegevens:
 - niet kloppen;
 - onvolledig zijn of niet ter zake doen voor het doel waarvoor ze zijn verzameld; of
 - in strijd met de wet worden verwerkt.

Toekomst: Recht om vergeten te worden

- EU Concept Verordening: "Right to Erasure" (art. 17): indien:
 - de persoonsgegevens niet langer nodig zijn voor het doel waarvoor ze oorspronkelijk zijn verwerkt;
 - toestemming als grondslag voor verwerking wordt ingetrokken door de betrokkene of de looptijd voor toestemming is verlopen en er geen andere grondslag is voor verwerking;
 - de betrokkene bezwaar maakt tegen de verwerking van de persoonsgegevens en de rechter of de toezichthouder heeft geoordeeld dat de data moet worden verwijderd;
 - de persoonsgegevens in strijd met de wet worden verwerkt.

Google Case 1

Wie?

Een Spaanse man dient een klacht in bij de Spaanse toezichthouder AEPD tegen:

1. Een grote Spaanse krant;
2. Google Inc.; en
3. Google Spain.

Waarom?

Omdat de bekendmaking van de openbare veiling van zijn huis in verband met sociale zekerheidsschulden in 1998 het eerste zoekresultaat was als op zijn naam werd gegoogled.

Oordeel?

De AEPD acht de klachten tegen de krant niet gegrond maar die tegen de beide Googles wel. Google stapt naar de Spaanse rechter die de zaak voorlegt aan het Europese Hof van Justitie. Het HvJ EG oordeelt dat de AEPD gelijk heeft.

Google Case 2 - de vragen?

Het HvJ EG behandelde 3 vragen:

1. Kunnen de Googles worden gezien als Verantwoordelijke (“*Controller*”) in de zin van de Europese Richtlijn 95/46/EG?
2. Is de Richtlijn wel van toepassing gezien het feit dat de Google servers zich in de V.S. bevinden?
3. Is dat “right to be forgotten” op basis van de huidige wetgeving wel zo sterk of lopen we nu vooruit op de Verordening?

Antwoord 1: Ja, want zij bepalen het doel en de middelen van de gegevensverwerking.

Antwoord 2: Ja, want hoewel de server zich in de V.S. bevindt, heeft Google Inc. een vestiging in Europa die gebruikt wordt voor commerciële doeleinden, namelijk het verkopen van advertentieruimte die geboden wordt door de zoekmachine.

Antwoord 3: Ook op basis van de Richtlijn is er in sommige omstandigheden het recht om vergeten te worden (in deze specifieke situatie - verwijdering van links) wanneer de informatie niet juist, onvolledig, irrelevant of buitensporig is.

Google Case 3 - Wat nu?

Google heeft op basis van deze uitkomst een afdeling ingericht die zich bezighoudt met afhandeling van verzoeken tot verwijdering. Inmiddels zijn er meer dan 150.000 verzoeken gedaan.

Naar eigen zeggen, acht Google ongeveer de helft van de aanvragen gegrond en de andere helft niet.

Criteria zijn bijvoorbeeld:

- Of iemand een publiek figuur is of niet;
- Of de link is geplaatst door een bonafide partij;
- Of de persoon zelf de oorspronkelijke posts heeft geplaatst;
- Of de informatie te maken heeft met politieke standpunten, criminele verdenkingen of veroordelingen.

Google Case 4 - NL

In de nasleep van de Google Spain zaak was er ook een zaak in Nederland bij de Rechtbank Amsterdam:

een veroordeelde man wilde dat Google verschillende links die verwijzen naar websites met informatie over zijn veroordeling voor een ernstig misdrijf in 2012 zou verwijderen. De man baseerde zich op de WBP en de recente uitspraak van het HvJ EG.

De voorzieningenrechter oordeelt dat negatieve publiciteit als gevolg van een ernstig misdrijf in zijn algemeenheid juist blijvend relevante informatie over een persoon is. Dat de zoekresultaten verwijzen naar berichten die 'buitensporig' of 'onnodig diffamerend' zijn, heeft de man onvoldoende onderbouwd.

Verwijderen of Vergeten?

Veel discussie over het verschil tussen “verwijderen” en “vergeten”, waar ligt dan nu dat omslagpunt?

- De Europese Commissie zegt dat de “right to be forgotten” in de Verordening verder gaat:
 - Een modern jasje: want ook toepasselijk op zoekmachines en grensoverschrijdend;
 - Omgekeerde bewijslast: de Verantwoordelijke moet aantonen dat persoonsgegevens niet verwijderd kunnen worden;
 - De Verantwoordelijke heeft een verdergaande verplichting: niet alleen verwijderen maar ook “reasonable steps” nemen om 3e partijen te informeren dat de betrokkene de persoonsgegevens verwijderd wil hebben.

Werkt het ook?

- De moderne technologie maakt “vergetelheid” bijna onmogelijk;
- Ook kan een verzoek tot vergeten soms meer publiciteit opleveren dan de oorspronkelijke informatie bron (“Streissand Effect”);
- Het internet is grensoverschrijdend en dus moeilijk te reguleren;
- Een dergelijk recht is nooit absoluut.

Wat betekent dit voor bedrijven en consumenten?

- Retailbedrijven verzamelen vaak persoonsgegevens om uitvoering te kunnen geven aan een overeenkomst met hun klanten. Daarnaast zullen ze dergelijke gegevens verzamelen voor direct marketing doeleinden; het is dus vaak minder sensationeel dan bij de Google zaak;
- Het wordt in het huidige informatie tijdperk steeds uitdagender klanten inzicht te geven over wat en waarvoor persoonsgegevens worden verzameld, omdat verzamelen en bewaren steeds gemakkelijker en goedkoper wordt;
- Omdat rekening moet worden gehouden met het recht op inzage, aanpassing en verwijdering en mogelijk in de toekomst met het “right to be forgotten” wordt de inrichting van informatiesystemen steeds belangrijker (“Privacy by Design”);
- Daarnaast zal een “right to be forgotten” ook in een commerciële relatie zelden absoluut kunnen worden ingevuld; immers persoonsgegevens worden vaak voor verschillende doeleinden verwerkt.

Huidige situatie bij ING

- ING Nederland heeft in lijn met de WBP een klachtenprocedure en een privacy statement op basis waarvan klanten hun recht op inzage, correctie en verwijdering kunnen uitoefenen.
- Indien iemand gebruik wil maken van dit recht komt hun verzoek binnen bij de algemene klachtenlijn en het verzoek wordt voor review bij de verantwoordelijke afdeling ondergebracht.
- De verzoeker krijgt binnen vier weken gemotiveerd bericht of een verzoek wordt toe- of afgewezen.



"Sorry, I have no idea where our office is located."

De Toekomst?

- Dat de Verordening gaat komen is zeker, maar wanneer is nog niet bekend.
- Welke invulling er uiteindelijk aan het “Right to be Forgotten” zal worden gegeven is ook nog onduidelijk.
- Echter, de maatschappij en de individuele consument wordt zich steeds meer bewust van de gevaren van het eindeloos kunnen kopiëren en bewaren van persoonsgegevens.
- Dit zal nog worden versterkt indien er straks ook een wettelijke meldplicht komt met betrekking tot datalekken.



Conclusie

- Het recht om vergeten te worden is niet absoluut en zal dat ook nooit worden:
 - Praktisch niet: het digitale tijdperk maakt dat volledig verwijderen een illusie is;
 - Jurdisch niet:
 - 1) want het belang om vergeten te worden moet altijd worden afgewogen tegen de belangen van andere partijen;
 - 2) en het internationale karakter van de huidige informatiedeling en verspreiding leidt tot extraterritoriale issues.
- Maar de bewustwording zal vermoedelijk wel leiden tot een toename van verzoeken, dus bedrijven moeten daarop voorbereid zijn:
 - Procedureel: de bestaande klachtenprocedures en teams moeten de toestroom aankunnen en afhandelen binnen de daartoe geldende termijnen;
 - Technisch: indien een verzoek wordt ingewilligd moet het ook uitvoerbaar zijn.