

## **Bedrijfsleven opgelucht na oordeel EU-Hof over privacy.**

Het Nederlandse bedrijfsleven is opgelucht dat het Europees Hof van Justitie heeft vastgesteld dat de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) een te strenge uitleg geeft aan privacywetgeving AVG. 'Met deze uitspraak komt een eind aan een lange periode van onzekerheid', zegt de DDMA, branchevereniging voor data en marketing.

De strikte interpretatie die de Autoriteit Persoonsgegevens hanteerde, zou een negatieve invloed hebben gehad op het vestigingsklimaat in Nederland, aldus de belangenvereniging.

De DDMA reageert op een recente uitspraak van het Hof in de zaak van de Nederlandse tennisbond KNLTB. Die kreeg in 2020 een boete van €525.000 opgelegd door de AP wegens het doorverkopen van persoonsgegevens van leden aan bedrijven die die data konden gebruiken voor het doen van aanbiedingen. Volgens de AP had de tennisbond hierbij commerciële motieven, die nooit een goede reden zouden zijn om persoonsgegevens te verwerken of door te geven.

De tennisbond ging in beroep tegen de boete en belandde via de Nederlandse rechter uiteindelijk bij het Europees Hof van Justitie. Dat oordeelt nu dat commerciële belangen wel degelijk kunnen worden gekwalificeerd als 'gerechtvaardigd belang' voor het verzamelen van persoonsgegevens. Daarmee stelt de hoogste rechter in Europa de AP in het ongelijk.

De AP erkent in een schriftelijke verklaring gisteren dat haar standpunt niet overeenkwam met de juridische realiteit. 'Dat is nu duidelijk. Wij zullen onze normuitleg op dit punt dan ook aanpassen.' Om eraan toe te voegen dat de uitspraak van het Hof 'geen vrijbrief is voor bedrijven en andere organisaties om zomaar zonder toestemming van alles te doen met persoonsgegevens, alleen omdat zij daar geld mee kunnen verdienen'.

'Dit is een positieve ontwikkeling voor ondernemend Nederland', aldus de DDMA. Omdat een commercieel belang volgens de AP nooit een gerechtvaardigd belang kon zijn, pasten bedrijven uit angst voor een boete hun beleid aan. 'De opinie van de AP over gerechtvaardigd belang was echt wel heel gek, en week heel erg af van de rest van Europa', zegt een woordvoerder. 'Dat leidde bij bedrijven tot een bepaalde angst om innovaties te doen.' Ook zouden bedrijven omzet zijn misgelopen.

'Het standpunt van de AP was de doodsteek voor marketingorganisaties', zegt Saskia Vermeer-de Jongh, advocaat bij HVG Law, het kantoor dat namens de tennisbond de afgelopen vijf jaar bezwaar en beroep heeft aangetekend tegen de boete van de AP. Volgens haar maakte de opstelling van de privacywaakhond het toepassen van internationaal beleid lastig. 'Wat in het buitenland wel kon, kon hier niet vanwege de restricties van de AP.'

Volgens de DDMA geeft de uitspraak van het Hof organisaties en bedrijven de mogelijkheid om zelf een betere afweging te maken tussen hun bedrijfsbelang en de privacy van betrokkenen. Door de strenge opstelling van de AP was het enige alternatief eigenlijk om altijd toestemming te vragen voor de verwerking van persoonsgegevens. 'Ze hoeven nu niet meer elke keer expliciet om toestemming te vragen. Dat verkleint de kans dat consumenten "toestemmingsmoe" worden, waarbij ze steeds minder aandacht besteden aan herhaalde verzoeken om toestemming', aldus de branchevereniging.

Maar het is nog maar de vraag of het er ook toe zal leiden dat de boete die aan de tennisbond werd opgelegd, nu wordt ingetrokken. Nu de blokkade van commerciële belangen door de AP is opgeruimd, moeten bedrijven nog altijd voldoen aan andere voorwaarden. Bedrijven moeten ook de noodzaak van de gegevensverzameling rechtvaardigen en een belangenafweging maken. Is het noodzakelijk of kan het ook anders? En zijn er voldoende privacywaarborgen geregeld?

Advocaat Vermeer-de Jongh heeft vertrouwen in een goede uitkomst voor de tennisbond. Maar de rechter zal de zaak nog wel moeten toetsen. 'Daarbij spelen vragen als: hoe zijn de leden geïnformeerd, hadden zij het recht van bezwaar en konden zij zich afmelden', zegt De Vries.

Het standpunt van de AP over commerciële belangen vond de afgelopen jaren weinig steun bij privacy-juristen in Nederland. 'Iedereen zag dat het niet klopte', zegt Axel Arnbak, advocaat bij De Brauw Blackstone Westbroek. 'In de AVG staat expliciet dat direct marketing kan vallen onder gerechtvaardigd belang.' Hij vermoedt dat de AP tot zijn normuitleg is gekomen om beter een zaak te kunnen beginnen en een boete op te leggen. Ook constateert hij bij de AP 'een soort obsessie met toestemming' voor het doorsturen van gegevens, door de AP zelf wel eens betiteld als 'de gouden grondslag'.