

## Thema 5: Privacy

In vervolg op de visie op telecom, media en internet is het ministerie van Economische Zaken in **dialogoog** over een nationaal en Europees actieplan voor een goedwerkend systeem voor telecom, media en internet.

Er werd gediscussieerd over **privacy** als Unique Selling Point, een Europees Level Playing field voor privacy en de rol van de overheid daarbij.

Op 16 juni 2014 organiseerde EZ samen met het CPB, Bits of Freedom en DDMA daarom een workshop over **de economische waarde van privacy**.

Speciale gast bij deze sessie was **toeconoom Susan Athey** (Stanford University & Microsoft). Athey verzorgde op 12 juni de jaarlijkse CPB Lezing, met als titel 'Information, Privacy and the Internet. An Economic Perspective'.

Athey gaf ons een aantal algemene noties mee.

Neem het belang van mensen mee bij beleid.

Voorkom dat gratis diensten verdwijnen

One size fits all werkt niet; iedereen verstaat iets anders onder privacy.

Creëer duidelijke standaarden over wat wel/niet kan.

Laat een expertgroep zich hierover buigen!



## Impressie

Privacy als **grondrecht** versus privacy als **economisch recht**.

Deze twee dimensies van privacy sluiten elkaar niet uit. Belangrijk om vast te stellen wat er bedoeld wordt met privacy.

De markt voor persoonsgegevens

Die markt bestaat al. De vraag is dus niet *of* je die markt moet toestaan, maar *hoe*.

Er is namelijk sprake van **marktfalen**

Hoewel werd onderstreept dat de meeste consumenten niet kunnen overzien wat het afgeven van persoonlijke data voor consequenties heeft, vonden de meesten dat burgers wel op de markt van persoonsgegevens kunnen

Bezie daarbij de verschillende actoren en het type marktfalen.

Welke maatregelen kunnen de verschillende partijen nemen om burgers en bedrijven meer controle te geven over data?

Algemeen: schenk in **onderwijs** meer aandacht aan ondernemerschap & programmeren om awareness van kansen met data te vergroten & de bewustwording van privacy. Scholen, maar ook de boardrooms moeten hier meer mee doen.

Gebruiker wordt zelf datacontroler

Privacy statements moeten alleen al daarom duidelijker

Overheid: geef het goede **voorbeeld**, stimuleer **standaardisatie**, overweeg **belastingvoordelen** voor toepassen privacy by design

Toezichthouder: werk meer in **dialogoog** met de samenleving

Impressie



Privacy als Unique Selling Point

Kan een USP voor een bedrijf zijn, maar ook voor een regio, land of continent.

Daardoor loopt de vraag uiteen.

En wordt het voor bedrijven minder interessant om in te stappen in de markt

Lastig: er kan een juridisch level playing field komen, de culturen en waarden liggen bij privacy erg uiteen binnen de EU

Belangrijk is de grootte van de markt!

Grootte van bedrijven is niet belangrijk.

Tech-bedrijven hoeven niet groot te zijn om profitabel te zijn & waarde te leveren

Level playing field in Europa

Certificering in de EU?

De rol van de overheid

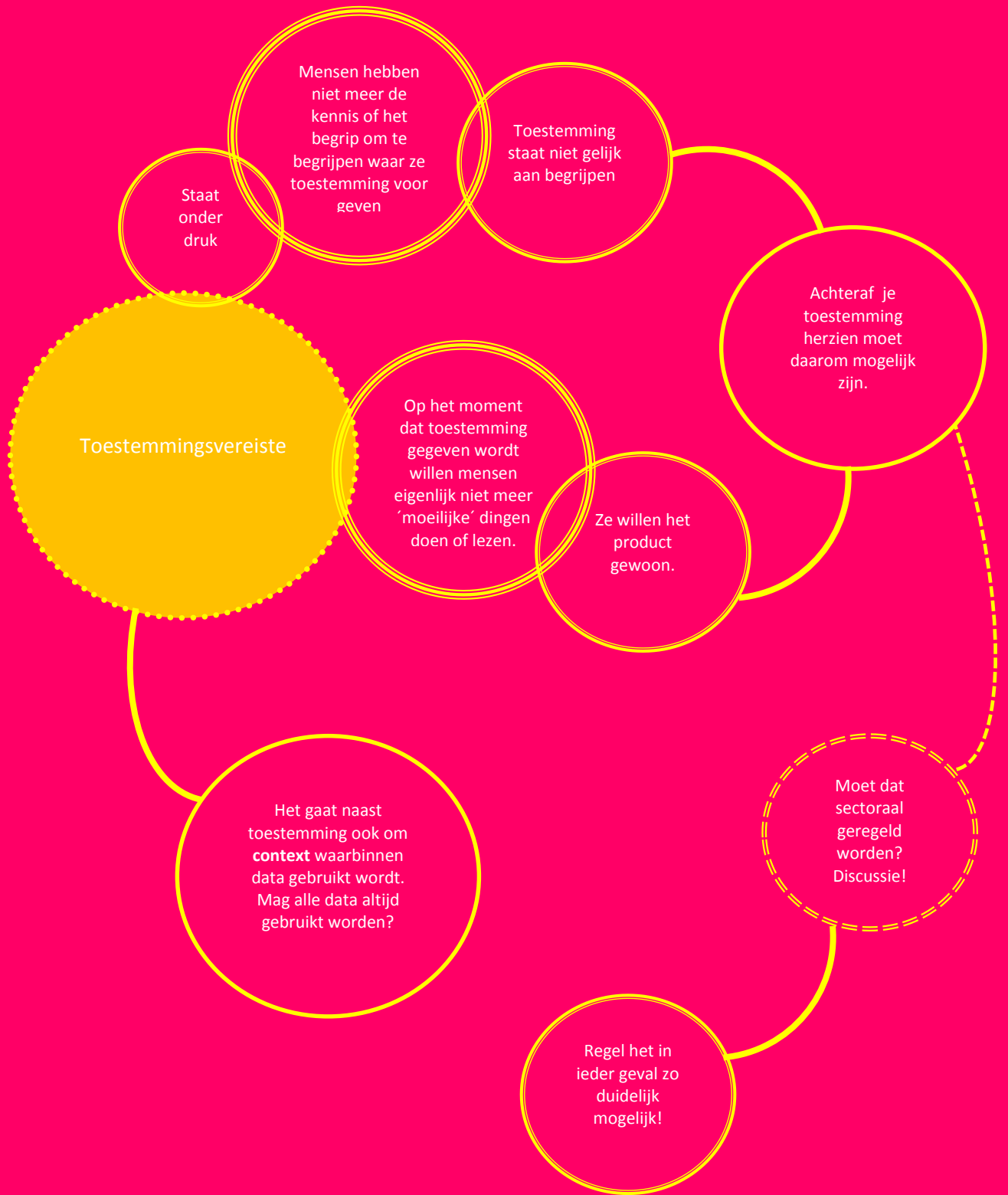
Laat ruimte voor concurrentie!

Schep niet een al te strak juridisch kader. Dan blijft namelijk weinig ruimte over voor concurrentie

Zelfregulering is echter ook geen Haarlemmerolie, dat leidt soms tot middelmaat



Impressie



Impressie

